

## **О МЕТОДИКЕ ПОСТРОЕНИЯ ЛАБОРАТОРНОГО ПРАКТИКУМА ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ»**

**Мельников А.Ю.**

*Донбасская государственная машиностроительная академия,  
г. Краматорск*

В последние годы учебный предмет «Электронная коммерция» становится неотъемлемой составляющей нормативного или вариативного раздела учебного плана ряда специальностей. Однако если теоретическая часть курса представляет собой вполне сформировавшееся ядро, то подходы к лабораторному практикуму резко отличаются в зависимости от целевой специальности.

На кафедре интеллектуальных систем принятия решений ДГМА предмет «Электронная коммерция» некоторое время преподавался одновременно трем различным целевым аудиториям (он находился в нормативном разделе специалиста по экономической кибернетике, вариативном разделе бакалавра компьютерных наук и вариативном разделе ряда бакалавров отрасли знаний «Экономика и предпринимательство»). Нами был подготовлен цикл универсальных лабораторных работ, который подходил для любого направления:

1. «Составление сметы затрат на создание и функционирование интернет-магазина». Затраты могут быть как традиционными, так и новыми – на приобретение баннеропоказов, кредитов систем активной рекламы и т.п.

2. «Оценка качества и функционирования интернет-магазина». Для сравнения студенты выбирают магазин по своему варианту («свой магазин») и следующему за ним («магазин конкурента»).

3. «Создание собственного интернет-магазина».

4. «Раскрутка собственного интернет-магазина». Изучаются принципы работы систем активной рекламы. Осуществляется раскрутка ранее разработанного сайта.

5. «Оптимизация ассортимента товаров интернет-магазина». Целевой функцией является прибыль, ограничениями – информационный трафик, место на сервере и т.п. Расчет может осуществляться в среде процессора электронных таблиц или путем написания программы для реализации заданного метода оптимизации.

Выполнение всех перечисленных лабораторных работ позволяет студенту лучше уяснить все основные этапы создания объекта электронной коммерции – планирование, создание, раскрутка (продвижение), оценку работы и оптимизацию ассортимента