

АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.В.18 «Электронная коммерция (Торговля)»

Объем трудоемкости: 3 з.ед. (108 часов, из них 64 аудиторной нагрузки: лекционных 32 час., практических 32 час.; 44 самостоятельной работы: 4 час. КСР, 40 час. СРС; конт. часов - 68,2; ИКР-0,2).

Целью дисциплины «Электронная коммерция (Торговля)» является:

- способность управлять контентом электронного предприятия, процессами создания и использования информационных серверов;
- позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке;
- формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в сети Интернет;
- использовать практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг.

Задачи дисциплины:

- дать студентам теоретические и практические знания основ ведения электронного бизнеса;
- проанализировать методы управления контентом предприятия, процессами создания и использования информационных серверов;
- проводить оценку электронного предприятия на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию;
- организовать продажи в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.18 «Электронная коммерция (Торговля)» является вариативной частью дисциплины цикла профессиональных дисциплин в учебном плане ООП по направлению «Бизнес - информатика» по программе бакалавриата и занимает одно из ключевых мест в профессиональной подготовке, дополняя, конкретизируя и развивая полученную ранее систему знаний студентов.

Курс изучаемой дисциплины «Электронная коммерция (Торговля)» рассчитан на слушателей, обладающих знаниями в области теоретической и прикладной экономики, организации трудового процесса и др.

Студенты, приступившие к изучению дисциплины «Электронная коммерция (Торговля)», должны понимать основные законы общественного и экономического развития, закономерности формирования и развития организаций как открытых социально-экономических систем, знать концепции, принципы, факторы внешней и внутренней среды организации, влияющие на её функционирование и развитие; особенности российского и международного бизнеса, принципы экономического развития бизнес-процессов на разных рынках, владеть культурой мышления, уметь логично и ясно строить устную и письменную речь, аргументировано объяснять свою позицию, работать с информацией и эффективно взаимодействовать в группе. Для полноценного усвоения данного курса большое значение имеют знания, умения, навыки и компетенции, приобретенные студентами на следующих дисциплинах: «Экономическая теория», «Бухгалтерский учет», «Маркетинг», «Теория бизнеса», «Модели бизнеса».

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины Б1.В.18 «Электронная коммерция (Торговля)» направлен на формирование следующих компетенций: ПК-6, ПК-10, ПК-27.

№п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	Уметь	Владеть
1	ПК-6	Управление контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных серверов(контент-сервисов)	– основы ведения современного бизнеса; – систему государственного регулирования конкурентоспособности.	- анализировать рыночную конъюнктуру; - использовать информационные технологии для решения поставленных задач.	-методами исследования конъюнктуры рынка; – методами проектирования, разработки и реализации технического решения в области создания систем управления контентом Интернет - ресурсов и систем управления контентом предприятия.
2	ПК-10	умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке, формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовать продажи в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	- цели, принципы и методы организации коммерческой деятельности в сети Интернет; - основные платёжные системы, применяемые в электронной коммерции, для организации продаж в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - законы функционирования рынка и средств его регулирования.	– организовывать продажи в информационно-коммуникационной сети; –формировать потребительскую аудиторию; -осуществлять взаимодействие с потребителями.	методами взаимодействия со службами информационных технологий в процессе организации коммерческой деятельности в сети Интернет; – навыками использования платёжных систем для организации продаж в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; – методами поисковой системы создания виртуального общества

№п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
3	ПК-27	способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг	-основные принципы продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг; -развитие электронных платежных систем; -критерии эффективности рекламы.	- выявлять требования потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг, формирования потребительского спроса и прогнозирования объемов продаж; - применять методы и инструменты продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг.	- современными техническими средствами и информационными технологиями для решения аналитических и исследовательских задач при разработке бизнес-планов; - технологией продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг.

Основные разделы дисциплины Б1.В.18 «Электронная коммерция (Торговля)

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре (очная форма)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	История развития электронной коммерции. Факторы влияющие на развитие электронной коммерции в России	6	2	2	-	2
2	Информационные технологии и их роль в становлении электронной коммерции	6	2	2	-	2
3	Электронные платежные системы	6	2	2	-	2
4	Модели ведения электронной коммерции	6	2	2	-	2
5	Интернет-маркетинг	6	2	2	-	2

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
6	Организация и технология работы Интернет-Магазина	6	2	2	-	2
7	Мошенничество в Интернете	6	2	2	-	2
8	Перспективы развития электронной коммерции в России	6	2	2	-	2
9	Методы выбора электронной рекламы, её эффективность	6	2	2	-	2
10	Построение системы интернет торговли	6	2	2	-	2
11	Риски в электронной коммерции	8	2	2	-	4
12	Правовые основы электронной коммерции	8	2	2	-	4
13	Безопасность в информационных системах	8	2	2	-	4
14	Электронные документы используемые в электронной коммерции	8	2	2	-	4
15	Создание Интернет-магазина	8	2	2	-	4
16	Защита Интернет-магазина	8	2	2	-	4
	<i>Итого по дисциплине:</i>	108	32	32	-	44

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет.

Основная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. - М.: Издательство Юрайт, 2016. - 363 с. - (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01174-6. [Электронный ресурс] // <http://www.biblio-online.ru/>
2. Гаврилов, Л.П. Электронная коммерция. Учебное пособие по выполнению практических работ [Электронный ресурс] : учеб. пособие - Электрон. дан. - Москва : СОЛОН-Пресс, 2008. - 112 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/13724>. - Загл. с экрана.
3. Мантраша Е.А., Демченко Л. М. Электронная коммерция: состояние, особенности, проблемы и перспективы развития в России [Электронный ресурс] // IN SITU. 2015. С. 58-60. ISSN 2411-7161 URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/elektronnaya-kommertsiya-sostoyanie-osobennosti-problemy-i-perspektivy-razvitiya-v-rossii>.

Автор : канд.экон.наук., доцент Пак О.А.