

АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.В.07 «Электронная коммерция и интернет-реклама» ОФО

Объем трудоемкости: 5 зачетных единиц (180 часов, из них – 76 часа аудиторной нагрузки: лекционных - 34 часов., практических - 16 часа, лабораторных – 18 часов, 8 часов КСР, 67,8 часов СРС, контроль - 35,7 час., 0,5 ч. ИКР).

Цель дисциплины. Дисциплина «Электронная коммерция и интернет-реклама» относится к числу специальных, формирующих профессиональные навыки в сфере использования современных информационных технологий для коммерческой деятельности. В процессе освоения дисциплины у студентов формируются знания, а также приобретаются способности и навыки по базовым технологиям электронного бизнеса и коммерции

Цель курса - раскрыть сущность электронной коммерции, механизм ее реализации на предприятиях и в организациях торговли и сферы услуг; привить будущим специалистам знания, умения и навыки в области методологии электронной коммерции и ее активного использования в коммерческой деятельности.

Задачи дисциплины

- дать студентам представление о использовании основных форм электронной коммерции на предприятиях торговли и сферы услуг - познакомить со способами эффективного использования Интернета в различных сферах бизнеса;
- выработать у студентов представление о правилах, принципах и методах организации коммерческой деятельности, базирующейся на использовании информационных технологий
- сформировать у студентов представление о различных сервисах Интернета (поисковые системы, электронная почта, системы мгновенного обмена сообщениями) и их эффективном использовании в бизнесе.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

При изучении дисциплины используются знания, полученные в ходе изучения курсов «Информационные технологии в издательском деле», «Программные средства обработки информации». Изучение дисциплины «Электронная коммерция и интернет-реклама» расширяет знания, полученные в ходе изучения курсов «Современное издательское дело», «Технологии web-издательства», «Маркетинг в издательском деле».

Дисциплина «Электронная коммерция и интернет-реклама» закладывает основы для усвоения следующих дисциплин: «Маркетинг в издательском деле», «Распространение печатных и электронных изданий».

Курс проявляется в межпредметных связях по такому научному направлению, как «Информационные и мультимедийные технологии в профессиональной сфере».

Требования к уровню освоения дисциплины

В процессе изучения дисциплины «Электронная коммерция и интернет-реклама» у студента должны формироваться профессиональные компетенции: ПК-14, ПК-28, ПК-29.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ПК-14	Способность обеспечивать информационно-библиографическое и рекламное сопровождение проектной издательской деятельности	принципы, методы, процедуры и содержание работы по электронному бизнесу и коммерции в сети Интернет	применить методы и процедуры работы по ведению бизнесу и коммерции в сети Интернет	методами и технологиями подготовки медиа-продукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация)
2	ПК-28	способностью участвовать в маркетинговых мероприятиях издательства	основные маркетингово-исследовательские концепции	формировать маркетинговую политику издательского предприятия	основными технологиями распространения издательской продукции
3	ПК-29	Способность взаимодействовать с рекламодателями и рекламными агентствами	технологии формирования информационного пространства в издательском деле	разрабатывать предложения по организации информационного пространства с использованием современных технологий	методами и технологиями взаимодействия с рекламодателями и рекламными агентствами в сети Интернет

Основные разделы дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
5-й семестр

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Концепция электронного бизнеса	8	2	2		4
2.	Эволюция электронного бизнеса	8	2	2		4
3.	Категории электронного бизнеса	8	2	2		4
4.	Электронная коммерция как форма ведения бизнеса	8	2	2		4
5.	Системы ЭК	10	2	4		4
6.	Формы электронной коммерции	8	2	2		4
7.	Предложение товаров в сетях	7,8	2	2		3,8
8.	Электронная продажа товаров	6	2	2		2
	Обзор пройденного материала. Прием зачета	4	2			2
	<i>Итого по дисциплине:</i>		18	18		31,8

6-й семестр

№	Наименование разделов	Количество часов
---	-----------------------	------------------

раз-дела		Всего	Аудиторная работа			Внеаудитор-ная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1.	Средства и системы платежей	8	2			6
2.	Сущность коммуникации и ее модели в электронной среде	10	2		2	6
3.	Реклама в сетях	12	2		4	6
4.	Средства рекламы	14	4		4	6
5.	Организационное регулирование работы в интернете	14	4		4	6
6.	Правовые основы электронной коммерции в России	10	2		2	6
	<i>Итого по дисциплине:</i>		16		16	36

Курсовые работы: Не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет, экзамен

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Гаврилов Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса : учебное пособие для студентов вузов. - М. : СОЛОН-ПРЕСС, 2013. - 591 с. – 20 экз
2. Кобелев О.А. Электронная коммерция : учебное пособие для студентов вузов. - М. : Дашков и К°, 2013. - 683 с. – 20 экз
3. Савельев, А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование [Электронный ресурс] : монография - Электрон. дан. - Москва : СТАТУТ, 2014. - 543 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/61644>

Автор РПД: Носаев Д.А., к. филол.н.