

АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «IT в электронной коммерции»

Объем трудоемкости: 5 зачетных единиц (180 часа, из них – 42,2 часа контактная работа: лекционных - 6 часов, практических - 14 часов, лабораторных – 22 часа, ИКР – 0,2 часа; 137,8 часов самостоятельной работы)

Цель дисциплины: соотнесены с общими целями ООП ВО по направлению 38.04.01 «Экономика», в рамках которой преподается дисциплина «IT в электронной коммерции».

Это приобретение магистрами:

- умений и формирование компетенций согласно рабочей программе дисциплины;
- методических и практических основ создания и ведения электронной коммерции, интернет-маркетинга, использование внутренних информационных корпоративных систем.

Задачи дисциплины:

- сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, выбор методов и средств решения задач исследования;
- организация и проведение научных исследований, в том числе статистических обследований и опросов;
- рассмотрение понятийного аппарата, инструментария и классификации систем;
- изучение тенденций развития рынка электронной коммерции;
- выявление генезиса, состояния, проблемы и тенденций в развитии электронной коммерции;
- изучение состава, видов и структуры электронной коммерции;
- поиск, анализ и оценка источников информации для проведения экономических расчетов;
- изучение сетевой инфраструктуры электронной коммерции; методов безопасности, применяемых в электронной коммерции и технологий создания успешного коммерческого сайта в интернете, повышения конверсии в интернет-магазинах.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «IT в электронной коммерции» учебного цикла является структурным элементом ООП ВО и принадлежит к дисциплинам по выбору вариативной части.

Дисциплина «IT в электронной коммерции» логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими дисциплинами магистерской программы «Экономика и управление». Например, такими как: «Корпоративные финансы», «Планирование, прогнозирование и макроэкономический анализ», «Современные методы алгоритмизации и программирования», «Информационные системы в управлении», «Современные методы статистики и АСУ», «Маркетинг», «Международные финансы», «Управление проектами», «Бизнес-стратегия»,

Требования к «входным» знаниям, умениям, опыту деятельности обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин заключаются в следующем: принципах организации глобальной сети Интернет, понятийном аппарате дисциплины «Маркетинг», умении создавать профили в социальных сетях и сообществах, табличные расчеты и графики в Excel.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: *ОК-1, ОПК-3, ПК-3, ПК-10*.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОК-1	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	общую характеристику процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации	использовать систему сбора и анализа данных посещаемости WEB-сервера компании для мониторинга активности посетителей	навыками организации и управления информационной структурой предприятия
2.	ОПК-3	способностью принимать организационно-управленческие решения	показатели и характеристики, влияющие на вовлеченность покупателей интернет-магазинов	строить грамотную стратегию продвижения предприятия в поисковых системах, социальных сетях	методикой анализа и применения систем web-аналитики для оценки состояния и прогноза продаж в сети Интернет
3.	ПК-3	способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	методики оценки релевантности страницы к запросам пользователя	выявлять и исправлять узкие места в продажах через Интернет	инструментами анализа пользователей
4.	ПК-10	способностью составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом	системы баз данных статистики для выявления потребностей потребителя в целом	анализировать информацию и делать оценку по прогнозам	построением и анализом данных по интересам отрасли в целом

Основные разделы дисциплины ОДО:

№	Наименование тем	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Введение в курс: бизнес – электронная коммерция	22	1	2	2	17
2.	Внутренние бизнес системы	22	1	2	2	17
3.	Электронная коммерция – обзор	24	1	2	4	17
4.	Интернет технологии (системы управления веб-контентом, SEO и т. д.)	24	1	2	4	17
5.	Электронный магазин / Интернет магазин	25	1	2	5	17
6.	Электронный маркетинг / Online маркетинг	25	1	2	5	17
7.	E-security	18		1		17
8.	E-government	19,8		1		18,8
	<i>Контроль</i>					
	<i>Курсовая работа</i>					
	<i>Промежуточная аттестация (ИКР)</i>	0,2				
	<i>Итого по дисциплине:</i>	180	6	14	22	137,8

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет.

Основная литература:

1. *Chaffey, Dave* Digital business and e-commerce management [Текст]: strategy, implementation and practice / Dave Chaffey. - 6th ed. - Harlow (Essex, England): Pearson, 2015. - xxxi, 680 p., incl. glossary and index. - ISBN 978-0-273-78654-2: 5987 p. 91 к.

2. *Laudon, Kenneth C.* E-commerce 2017 [Текст]: Business. Technology. Society / Kenneth C. Laudon, Carol Guercio Traver. - Global ed. 13th ed. - Boston, ...[et al.]: Pearson, 2018. - 911 p., incl. index. - ISBN 978-0-292-21168-8: 5992 p. 89 к.

Автор (ы) _____ Р. А. Бутко