

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДЭ.01.02 «ИТ в электронной коммерции»

Объем трудоемкости: 5 зачетных единиц

Цель дисциплины: 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 образовательной программы

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

Дисциплина «ИТ в электронной коммерции» логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими дисциплинами магистерской программы «Экономика и менеджмент». Например, такими как: «Корпоративные финансы», «Планирование, прогнозирование и макроэкономический анализ», «Современные методы алгоритмизации и программирования», «Управление информационными системами», «Современные методы статистики», «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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен готовить аналитические материалы в области экономической политики и принятия стратегических решений	
ИПК-2.1 Применяет методы экономического анализа для подготовки аналитических материалов в области экономической политики и принятия стратегических решений	<i>Знает</i> общую характеристику процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации; показатели и характеристики, влияющие на вовлеченность покупателей интернет-магазинов
	<i>Умеет</i> использовать систему сбора и анализа данных посещаемости WEB-сервера компании для мониторинга активности посетителей; строить грамотную стратегию продвижения предприятия в поисковых системах, социальных сетях
	<i>Владеет</i> навыками организации и управления информационной структурой предприятия; методикой анализа и применения систем web-аналитики для оценки состояния и прогноза продаж в сети Интернет
ИПК-2.2 Представляет результаты проведенного анализа в виде аналитических материалов	<i>Знает</i> методики оценки релевантности страницы к запросам пользователя; системы баз данных статистики для выявления потребностей потребителя в целом
	<i>Умеет</i> выявлять и исправлять узкие места в продажах через Интернет; анализировать информацию и делать оценку по прогнозам

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<i>Владеет</i> инструментами анализа пользователей; построением и анализом данных по интересам отрасли в целом

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование тем	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4		6	7
1.	Введение в курс: бизнес – электронная коммерция	22	1		3	13
2.	Внутренние бизнес системы	22	1		3	13
3.	Электронная коммерция – обзор	24	2		4	13
4.	Интернет технологии (системы управления веб-контентом, SEO и т. д.)	24	2		4	14
5.	Электронный магазин / Интернет магазин	25	2		4	14
6.	Электронный маркетинг / Online маркетинг	25	2		4	14
7.	E-security	18	2		4	14
8.	E-government	19,8	2		4	14
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	153	14		30	109
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	26,7				26,7
	Курсовая работа					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				0,3
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	180	14		30	136

Курсовые работы: *не предусмотрена.*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен.*

Автор

Р. А. Бутко