

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Экономический факультет

Кафедра Бизнес-информатики и информационных технологий

УТВЕРЖДАЮ

Декан экономического факультета

Узун И.Н.

(подпись, расшифровка подписи)

“ 09 ”

10

2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебной ДИСЦИПЛИНЫ

«Электронная коммерция»

38.03.06 Торговое дело

(Код и наименование направления подготовки)

Коммерция

(наименование профиля подготовки)

квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения:

заочная

Тирасполь 2019

Рабочая программа дисциплины «Электронная коммерция»
сост. М.В. Малахова – Тирасполь: ГОУ ПГУ, 2019. - 12 с.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРЕДНАЗНАЧЕНА ДЛЯ ПРЕПОДАВАНИЯ
ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ВАРИАТИВНОЙ ЧАСТИ СТУДЕНТАМ ЗАОЧНОЙ
ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.06 - ТОРГОВОЕ
ДЕЛО**

Рабочая программа составлена с учетом Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки – 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом №1334 от 12.11.2015 г. Министерством образования и науки Российской Федерации.

Составитель  / Малахова Мария Владимировна, ст. преподаватель
(подпись)

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Электронная коммерция» является формирование у студентов системного представления в области современных методов организации коммерческой деятельности посредством телекоммуникационных сетей.

В ходе достижения цели решаются следующие **задачи**:

- ✓ изучение теоретических основ электронной коммерции и современных подходов к организации коммерческой деятельности посредством телекоммуникационных сетей в условиях глобализации экономики и глобализации бизнеса;
- ✓ ознакомление с существующими трактовками основных положений и позиций электронной коммерции;
- ✓ изучение вопросов организации оптовой и розничной торговли с использованием сети Интернет;
- ✓ определение путей и методов использования средств электронной коммерции в индустрии услуг;
- ✓ изучение возможностей и способов использования различных платежных систем в электронной коммерции;
- ✓ ознакомление с современными способами защиты информации в телекоммуникационных сетях;

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.В.ОД.14 «Электронная коммерция» относится к обязательной дисциплине вариативной части государственного образовательного стандарта высшего образования направления 38.03.06 Торговое дело профиля Коммерция. Для изучения данной учебной дисциплины должны предшествовать курсы: «Коммерческая деятельность», «Информационные системы в экономике», «Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности», «Информационные технологии в профессиональной деятельности».

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих профессиональных (ПК) компетенций.

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК-8	готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
ОПК-1	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-3	умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов
ОПК-4	способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией
ОПК-5	готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять

	правильность ее оформления
ПК-9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
ПК-14	способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- ✓ основные классы систем электронной коммерции;
- ✓ способы организации розничной торговли в Интернет;
- ✓ основные методы стимулирования продаж в Интернет-магазине;
- ✓ модели организации закупок через Интернет;
- ✓ основные группы услуг, оказываемых через Интернет и особенности их оказания;
- ✓ способы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции;
- ✓ Российское и международное законодательство в области электронной коммерции;

Уметь:

- ✓ осуществлять оценку современного состояния и перспектив развития электронной коммерции;
- ✓ осуществлять выбор наиболее рационального метода организации розничной торговли в Интернет;
- ✓ осуществлять сбор и подготовку аналитических данных для оценки эффективности рекламы в Интернет;
- ✓ строить схему торгово-технологического процесса электронной торговой площадки;
- ✓ изучать и анализировать методы предоставления различных услуг в Интернет;
- ✓ строить схемы организации расчетов при использовании различных платежных средств;
- ✓ использовать на практике требования регулирующих документов в сфере электронной коммерции;

Владеть:

- ✓ терминологическим аппаратом электронной коммерции;
- ✓ методикой оценки эффективности организации розничной торговли через Интернет;
- ✓ методикой оценки эффективности рекламы в Интернет.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по семестрам:

Семестр	Количество часов						Форма итогового контроля
	Трудоемко сть, з.е./часы	В том числе					
		Аудиторных				Самост. работы	
		Всего	Лекций	Лаб. раб.	Практич. зан.		
8	3/108	14	6		8	94(90+4 часа на зачет)	Зачет
Итого:	3/108	14	6		8	94	

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеауд. работа (СР)
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Вводная лекция. История развития электронной коммерции.	14	2			12
2.	Инструментарий электронной коммерции.	14	2	2		10
3.	Платежные системы электронной коммерции.	12				12
4.	Маркетинговые коммуникации в электронной коммерции.	22	2	2		18
5.	Инструменты Интернет-маркетинга.	16				16
6.	Автоматизированные системы электронной коммерции. Особенности внедрения и функционирования	16		4		12
7.	Безопасность и правовые основы электронной коммерции.	10				10
	Подготовка к зачету	4				4
Итого:		108	6	8		94
Всего:		108				

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности

Лекции

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объе м часов	Тема лекции	Учебно-нагля дные пособия
1.	1.	2	Введение. Цели, задачи, предмет учебной дисциплины. Междисциплинарные связи. Основные понятия и определения ЭК. ЭК как новая форма ведения бизнес – процессов в коммерческой деятельности. Роль и место ЭК в современном мире.	
2.	2.	2	Отечественные и международные классификаторы. Инструментарий ЭК. Классификаторы. Определение классификатора и их роль в построении систем электронной коммерции. Международные и общероссийские классификаторы. Характеристика классификаторов, предназначенных для построения систем ЭК (ТНВЭД, Инкотермс-2000, Пейтермс, стран мира, валют, единиц измерения, видов транспорта, тары и упаковки и др).	
3.	2.		Электронные торговые площадки, их характеристика. Определение электронной торговой площадки (ЭТП), их виды и типы. Свойства ЭТП. Характеристика основных	

			ЭТП (биржи, аукционы, конкурсы, электронные магазины, витрины, торговые ряды).	
4.	3.	2	Платежные системы ЭК, классификация и характеристика систем. Основные определения, относящиеся к электронным платежам. Технологии электронных платежей. Платежные системы, основанные на использовании банковских платежных карт, их характеристика, технология расчетов. Расчеты через Интернет. Интернет – банкинг, мобильный банкинг. Цифровые наличные, правовые основы их применения. Характеристика платежных систем, основанных на использовании цифровых денег.	
5.	4.		Коммуникационные модели. Поиск, сбор и обработка маркетинговой информации в ЭК. Маркетинговые коммуникации в ЭК. Коммуникационные модели в коммерческой деятельности. Интернет - гипермедийная среда. Трансформация маркетинговой деятельности. Интернет-среда, как интерактивная модель общения. Эволюция потребительского поведения. Пользователь системы ЭК. Характеристики Интернет-аудитории. Формирование целевой аудитории. Проведение маркетинговых исследований. Поиск, сбор и обработка маркетинговой информации в процессе функционирования системы ЭК. Коммуникации на основе WEB 2.0. Реклама в интернет. Баннерная и контекстная реклама.	
6.	5.		Продвижение WEB-сайта. Мероприятия по привлечению посетителей. Способы проведения рекламной компании в Интернет. Критерии выбора способов рекламы. Рекламные носители. Взаимодействие пользователей с рекламой в Интернет. Ценовые модели рекламы. Фазы взаимодействия пользователя с рекламой. Характеристика СПАМа. Анализ эффективности рекламной кампании.	
7.	5.		Системы сбора и анализа данных посещаемости WEB-сайта. Системы сбора и анализа статистических данных посещаемости. Показатели посещаемости. Возможности систем SpyLog и HotLog. Анализ эффективности WEB-сайта на основе стандартных отчетов.	
8.	5.		Оптимизация сайта. Пути оптимизации сайта. Инструменты оптимизации. Системы управления контентом сайта (CMS).	

9.	6.		Системы электронного обмена данными (EDI). Определение системы электронного обмена данными (ЭОД), сферы применения. Схемы ЭОД – взаимодействия, возможности технологии. Стандарт EANCOM, структура обмена сообщениями в стандарте. Системы ECR-RUS и ЮНИСКАН/EAN. Электронный документооборот.	
10	6.		Примеры реализации систем ЭК. Методы аутентификации товара. Виртуальная корзина для отбора товаров. Оплата и получение товара. Способы доставки товара. Гарантийный сервис. Дополнительные возможности для увеличения привлекательности предлагаемых товаров с использованием средств мультимедиа. Реализация логистических процессов в среде ЭК. Роль экспедиторских фирм в системе движения товаров от производителя к покупателю. Территориальные склады хранения товаров. Проблемы комплектации и доставки покупок.	
11	7.		Основные понятия безопасности ЭК. Термины и определения. Основы безопасности ЭК. Термины и их определения. Модель коммерческой сделки. Факторы, влияющие на состояние безопасности ЭК. Направления обеспечения безопасности ведения бизнеса методами ЭК и их характеристика. Информационная безопасность и ее роль в обеспечении безопасности ЭК. Интересы субъектов ЭК в сфере обеспечения безопасности.	
12	7.		Правовые основы электронной коммерции Инструменты и сферы правового регулирования ЭК. Международные правовые нормы. Российские организации, занимающиеся правовым регулированием ЭК. Правовые нормы ведения электронного бизнеса в России, законы и правовые акты.	
Итого:		6		

Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема практического занятия	Учебно-наглядные пособия
1.	2	2	Электронные торговые площадки, их характеристика	Электронное методическое пособие

2.	4	2	Коммуникационные модели. Поиск, сбор и обработка маркетинговой информации в ЭК	Электронное методическое пособие
3.	5		Продвижение WEB-сайта	Электронное методическое пособие
4.	6	2	Примеры реализации систем ЭК	Электронное методическое пособие
5.	6	2	Разработка сайта интернет - магазина при помощи информационной системы Amigo	Электронное методическое пособие
6.	6		Коммерческий цикл и стратегии выхода в электронную коммерцию	
7.	6		Работа с торговыми площадками модели B2B. Сравнение конкурентов и планирование собственного бизнеса	Электронное методическое пособие
8.	6		Поиск торговых площадок модели B2C, их характеристика	Электронное методическое пособие
9.	6		Выбор способа организации приложения ЭК.	Электронное методическое пособие
10.	6		Сводный анализ деятельности компаний, работающих в государственном секторе ЭК	Электронное методическое пособие
11.	6		Расчеты в электронной коммерции	Электронное методическое пособие
12.	6		Разработка медиа плана	Электронное методическое пособие
Итого:		8		

Лабораторные работы – не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Вид самостоятельной работы студента (срс):

вид срс1 - Подготовка к занятиям практического и лабораторного цикла,

вид срс2 - Работа с информационными ресурсами,

вид срс3 - Работа с методическим пособием,

вид срс4 - Работа с дополнительной литературой.

Раздел дисциплины	№ п/п	Тема и вид СРС	Трудоемкость (в часах)
Раздел 1	1.	История развития ЭК. Вид срс2	2
	2.	Факторы, влияющие на возможность развертывания электронной торговли. Предпосылки для успешного развития ЭК в России. Федеральные целевые программы, направленные на развитие ЭК в России. Вид срс4	6
	3.	Коммерческий цикл и стратегии выхода в электронную коммерцию вид срс1	4
Раздел 2	4.	Сравнение конкурентов и планирование собственного бизнеса вид срс1	4
	5.	Классификация (модели) систем ЭК.	6

		Классификация систем ЭК, их краткая характеристика. Вид срс4	
Раздел 3	6.	Расчеты в электронной коммерции Вид срс2	4
	7.	Характеристика платежных систем Вид срс4	4
	8.	Расчеты в электронной коммерции вид срс1	4
Раздел 4	9.	Коммуникации на основе WEB 2.0. Реклама в интернет. Баннерная и контекстная реклама. Вид срс2	6
	10.	Оценка Интернет-ресурсов с маркетинговой позиции Вид срс3	4
	11.	Баннерная и контекстная реклама Вид срс4	4
	12.	Построение системы маркетинга компании на базе WEB-сервера вид срс1	4
Раздел 5	13.	Взаимодействие пользователей с рекламой в Интернет. Ценовые модели рекламы. Фазы взаимодействия пользователя с рекламой. Характеристика СПАМа. Вид срс2	4
	14.	Использование Интернет для продажи товаров и услуг Вид срс3	6
	15.	Поиск, сбор и обработка маркетинговой информации в ЭК Вид срс4	6
Раздел 6	16.	Роль экспедиторских фирм в системе движения товаров от производителя к покупателю. Вид срс4	4
	17.	Виды и источники угроз информационной безопасности ЭК Вид срс2	4
	18.	Использование Интернет для продажи товаров и услуг Вид срс3	4
Раздел 7	19.	Технические средства защиты информации в ЭК Вид срс4	6
	20.	Правовое регулирование на этапе регистрации электронной коммерции Вид срс2	4
21.		Подготовка к экзамену	4
Итого:			94

5. Примерная тематика курсовых проектов (работ) (если имеются):

В соответствии с учебными планами не предусмотрены.

6. Образовательные технологии

Реализация компетентностно-ориентированных образовательных программ предусматривает использование в учебном процессе различных образовательных процедур: лекционные, дискуссионные, исследовательские, тренинговые (игровые), самообучение, практика и др.

<i>Семестр</i>	<i>Вид занятия (Л, ПР, ЛР)</i>	<i>Используемые интерактивные образовательные технологии</i>	<i>Количество часов</i>
8	Л	Технологии работы с информацией. Технология развития критического мышления. Риски и ограничения. Технологии эффективной педагогической коммуникации. Современные коммуникативные технологии с позиции компетентностного подхода в образовании. Технология проведения - занятия в форме диалога.	2
	ЛР	Современные информационные технологии	2

		в образовании. Электронные учебники пособия и ресурсы	
	ПР	Компьютерные симуляции. Современные информационные технологии в образовании. Электронные учебные пособия и ресурсы.	2
Итого:			6

7. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Текущий контроль осуществляется в процессе выполнения студентами лабораторных работ и контрольно-тестовых заданий.

Включены в ФОС дисциплины.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1) основная литература

- 1) Парфёнов А. В., Гарнов И. Б. Электронная коммерция: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во «Новый век», 2008. – 130 с.
- 2) Юрасов А. В. Основы электронной коммерции: Учебник для вузов. – М.: Горячая линия Телеком, 2008. – 480с., ил.

8.2) Дополнительная литература:

- 1) Кобелев О.А.. Электронная коммерция. Теоретические основы. Монография. Издательство МГУК 2002 г.
- 2) Электронная коммерция. Учебное пособие. Второе издание. Под редакцией Пирогова С.В. – М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006. – 684 с.
- 3) Ашманов И., Иванов А. Продвижение сайта в поисковых системах. Издательство: Вильямс, 2007 г.
- 4) Бокарёв Т. Энциклопедия Интернет-рекламы. Издательство: PROMO.RU, 2000 г. – 416 с.
- 5) Гаврилов Л. П., Соколов С. В.. Мобильные телекоммуникации в электронной коммерции и бизнесе. Издательство: Финансы и статистика, 2006 г. - 336 с.

8.3) программное обеспечение и Интернет- ресурсы

- 1) Операционная система Windows XP Professional
- 2) Операционная система Windows 7
- 3) Программа Visual Studio из набора MS Office
- 4) Веб браузеры: Internet Explorer, Firefox , Опера, Google Chrome;
- 5) Электронная почта: Claws Mail;
- 6) Система проектирования сайта интернет – магазина Amiro.
- 7) Базы данных и поисковые системы: База данных СУБД MS SQL 2003; База данных СУБД MS SQL 2008; Поисковые системы интернет Google, Yandex, Rambler, Mail.
- 8) Правовая ИПС “Консультант-Плюс”

8.4) Методические указания и материалы по видам занятий

Малахова М.В., Методические указания по выполнению практических и лабораторных работ (электронная версия).

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля):

Компьютерные классы для проведения практических и лабораторных занятий, оборудованные выходом в Интернет.

Техническое оборудование: компьютерный проектор и компьютер-ноутбук для чтения лекций.

10. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

Обучение складывается из аудиторных занятий, включающих лекционный курс, практические занятия, лабораторные работы и самостоятельной работы. Основное

учебное время выделяется на практические занятия по закреплению знаний и получении практических навыков.

Работа с учебной литературой рассматривается как вид учебной работы по дисциплине и выполняется в пределах часов, отводимых на её изучение (в разделе СРС).

Каждый обучающийся обеспечен доступом к библиотечным фондам университета и кафедры.

Самостоятельная работа студентов подразумевает подготовку к лабораторно - практическим занятиям, текущему и промежуточному тестированию, работу с учебной литературой.

Исходный уровень знаний студентов определяется тестированием, текущий контроль усвоения предмета определяется ответами на тестовые задания.

В конце изучения учебной дисциплины проводится контроль знаний в виде зачета.

Рабочая учебная программа по дисциплине «Электронная коммерция» составлена в соответствии с требованиями Федерального Государственного образовательного стандарта ВО по направлению 38.03.06 «Торговое дело» и учебного плана по профилю подготовки «Коммерция».

11. Технологическая карта дисциплины¹

Курс 4 группа ЭФ16ВР62КМ1 (47) семестр 8

Преподаватель – лектор Малахова М.В.

Преподаватели, ведущие практические и лабораторные занятия – Малахова М.В.

Кафедра – Бизнес-информатики и информационных технологий

Весовой коэффициент дисциплины в совокупной рейтинговой оценке, рассчитываемой по всем дисциплинам **(если введена модульно-рейтинговая система)**

Наименование дисциплины / курса	Уровень//ступень образования (бакалавриат, специалитет, магистратура)	Статус дисциплины в рабочем учебном плане (А, Б, В, Г) (если введена модульно-рейтинговая система)	Количество зачетных единиц / кредитов	
Смежные дисциплины по учебному плану (перечислить):				
ВВОДНЫЙ МОДУЛЬ				
(входной рейтинг-контроль, проверка «остаточных» знаний по смежным дисциплинам)				
Тема, задание или мероприятие входного контроля	Виды текущей аттестации	Аудиторная или внеаудиторная	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Итого:				
БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ				
(проверка знаний и умений по дисциплине)				
Тема, задание или мероприятие текущего контроля	Виды текущей аттестации	Аудиторная или внеаудиторная	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов

факультет, реализующий данное направление подготовки

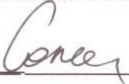
¹ **модульно-рейтинговая система не введена**

Итого:				
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ				
Тема, задание или мероприятие дополнительного контроля	Виды текущей аттестации	Аудиторная или внеаудиторная	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Или				
Итого максимум:				

Необходимый минимум для получения итоговой оценки или допуска к промежуточной аттестации ____ баллов (если введена модульно-рейтинговая система).

Дополнительные требования для студентов, отсутствующих на занятиях по уважительной причине: обязательное выполнение внеаудиторных контрольных работ, защита пропущенных лабораторных и практических занятий (например, устное собеседование с преподавателем по проблемам пропущенных практических занятий, обязательное выполнение внеаудиторных контрольных и письменных работ и т.д.).

Составитель  / Малахова М.В., ст. преподаватель

И.о. зав. кафедрой БИ и ИТ  / Саломатина Е. В., доцент
кафедра, обслуживающая дисциплину

Согласовано:

Зав. выпускающей кафедры ЭиМ  / Смоленский Н.Н., к.э.н., доцент

Декан экономического факультета,  / Узун И.Н., к.э.н., доцент
факультет, реализующий данное направление подготовки