

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
 УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«29» 06 2021 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.07** Основы электронной коммерции

Учебный план: z38.03.02\_Управление малым бизнесом ЗАО №1-3-63.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:  
 (специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Управление малым бизнесом  
 (специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
3	УП	4		32		1	
	РПД	4		32		1	
4	УП		4	100	4	3	Зачет
	РПД		4	100	4	3	
Итого	УП	4	4	132	4	4	
	РПД	4	4	132	4	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

Доцент

\_\_\_\_\_

Лашкова

Ирина

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента

\_\_\_\_\_

Титова Марина

Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Титова Марина

Николаевна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать у обучающихся теоретические знания, умения и практические навыки в области овладения теоретическими и прикладными профессиональными знаниями по базовым технологиям электронного бизнеса и коммерции

### 1.2 Задачи дисциплины:

Изучение задач и инструментов электронной коммерции как элемента электронного бизнеса;

Использование современных Интернет-технологий управления торговой деятельностью и торговыми процессами;

Изучение информационных ресурсов и особенностей их использования для решения задач электронной коммерции;

Использование технологий информационных систем в электронной коммерции;

Знакомство с методами обеспечения информационной безопасности в электронной коммерции;

Знакомство с правовыми аспектами электронного бизнеса;

Изучение методов и программных средств обработки деловой информации, используемых в профессиональной деятельности, методов и способов их применения.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Экономическая теория

Деловые коммуникации и документирование

Информационные технологии

Теория организации

Методы принятия управленческих решений

Основы современных технологий

Экономика предприятия

Операционный менеджмент

Инновационный менеджмент

Информационные технологии в экономике и менеджменте

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПК-6: Способен осуществлять процедуру закупок в малом бизнесе</b>
<b>Знать:</b> информационные технологии по осуществлению закупок, виды и источники угроз в электронной коммерции;
<b>Уметь:</b> применять информационные технологии в сфере закупок на примере единой информационной системы (ЕИС);
<b>Владеть:</b> навыками классификации информационно-телекоммуникационных сетей, навыками использования преимуществ и недостатков электронной торговли

## 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. ВВЕДЕНИЕ В ЭЛЕКТРОННУЮ КОММЕРЦИЮ	3				
Тема 1. Электронная коммерция как новая форма ведения бизнес-процессов		2		16	ИЛ
Тема 2. Классификация систем электронной коммерции. Модели бизнес-процессов. Структурные и функциональные схемы систем электронной коммерции.		2		16	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет			0		
Раздел 2. ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	4				

Тема 3. Интернет-технологии электронной коммерции. Торговые и финансовые системы в Интернет			15	ИЛ
Тема 4. Технологии электронных		2	15	
Тема 5. Маркетинговые коммуникации в электронной коммерции		2	15	
Раздел 3. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ				
Тема 6. Основные понятия и методы оценки эффективности систем электронной коммерции			19	ИЛ
Раздел 4. БЕЗОПАСНОСТЬ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ				
Тема 7. Основы безопасности электронной коммерции. Информационная безопасность			18	ИЛ
Тема 8. Проблемы правового обеспечения электронной коммерции. Типовые нормативные документы			18	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	100	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25		
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		8,25	132	

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

##### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

###### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-6	Перечисляет компьютерные программы для анализа электронной коммерции в организации	Вопросы устного
	Выбирает и использует компьютерные программы и Интернет - технологии в практической деятельности организации. Структурирует информацию по целям менеджмента; консолидирует информацию из интернет - источников.	собеседования Типовые практико-ориентированные задания

###### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Ответ на теоретический вопрос по материалам лекций полный, с возможными несущественными ошибками. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
Не зачтено	Ответ на теоретический вопрос не полный, с существенными ошибками. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

##### 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

###### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 4	
1	Предмет, роль, место электронной коммерции в современном мире и основные этапы ее развития.
2	Понятие электронной коммерции и электронной торговли. Преимущества Интернет для электронной коммерции.
3	Субъекты и объекты электронной коммерции. Модели бизнес-процессов (B2B, B2C, C2C, G2B).
4	Понятие инструментария электронной коммерции. Классификаторы и их роль в построении систем электронной коммерции.
5	Понятие электронных платежей. Основные формы электронных платежей
6	Особенности среды Интернет как нового канала коммуникаций. Основные службы Интернета. Навигационные и конечные сайты. Способы работы с посетителями сайтов.
7	Понятие интернет-магазина. Российские интернет-магазины.
8	Интернет-аукцион. Типы аукционов. Российские интернет-аукционы.
9	Торговые площадки, их виды. Российские торговые площадки.
10	Интернет-банкинг. Интернет-трейдинг. Интернет-страхование.
11	Понятие безопасности электронной коммерции. Объекты защиты. Составные элементы безопасности.
12	Общие принципы обеспечения защиты. Организационные принципы обеспечения безопасности. Принципы реализации системы защиты.
13	Правовое обеспечение электронной коммерции. Нормативно-правовая база в области систем электронных видов бизнеса.
14	Угрозы информационной безопасности электронной коммерции.
15	Понятие криптографической защиты.
16	Программные и технические средства защиты информации.
17	Понятие эффективности электронной коммерции. Оценка экономической эффективности.
18	Применение средств и технологий электронной коммерции при разработке и осуществлении экономических стратегий торговых предприятий.
19	Маркетинговые показатели эффективности.
20	Основные проблемы правового регулирования электронной коммерции.
21	Мобильная коммерция: понятие, достоинства и недостатки, предоставляемые услуги и направления развития.
22	Реализация логистических процессов в среде электронной коммерции.
23	Интерактивный маркетинг и электронная торговля.
24	Технические и организационные аспекты систем электронной цифровой подписи.
25	Маркетинговые функции систем электронной коммерции.
26	Внедрение технологий электронной коммерции в работу предприятий сферы торговли и услуг.

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Что такое электронная коммерция:

- а) покупка и продажа товаров и услуг через Интернет;
- б) только продажа электронных товаров через Интернет;
- в) перевод денег с одного электронного счета на другой.

Когда электронная коммерция получила свое развитие:

- а) в начале XX века;
- б) в начале XXI века;
- в) в середине XIX века.

Каким способом в большинстве случаев нельзя осуществить оплату через интернет-магазин:

- а) наличными при получении;
- б) почтовым переводом;
- в) биткоинами.

Почему бизнес в Интернете является более выгодным для компаний:

- а) компаниям не нужно арендовать помещение – экономия затрат;
- б) люди намного чаще используют Интернет для покупок;
- в) интернет позволяет не платить налоги.

Спам:

- а) незаконная реклама;
- б) незапрашиваемая информация, которая рассылается в массовом порядке по электронной почте;
- в) самая эффективная реклама

Что такое интернет-магазин:

- а) поисковая система;
- б) название интернет-компании;
- в) специальный сайт для продажи товаров и услуг.

Традиционные компании могут принять решение об использовании электронного рынка с целью

- а) использования уникальных возможностей Интернет;
- б) сокращения издержек;
- в) увеличения продаж новым сегментам потребителей;
- г) всего вышеперечисленного.

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Введение в ЭБ и ЭК (ЭБ- электронный бизнес; ЭК -электронная коммерция):

- а) обсудить понятия и виды электронного бизнеса;
- б) разобрать основные понятия электронной коммерции;
- в) выявить инструменты ЭБ и ЭК;
- г) рассмотреть достоинства и недостатки ЭК.

2 Создание ЭМ (электронного магазина):

- а) определить цели и задачи создания ЭМ;
- б) рассмотреть этап планирования ЭМ;
- в) разобрать этап разработки ЭМ;
- г) рассмотреть этапы поддержки и продвижения ЭМ;
- д) обсудить функции управления ЭМ.

3. Технология ЭК:

- а) рассмотреть этапы покупки в ЭМ;
- б) разобрать этап поиска и выбора товара;
- в) обсудить этап оформление заказа;
- г) обсудить виды оплаты в ЭМ;
- д) рассмотреть варианты доставки ЭМ.

## 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

В течение семестра выполняются контрольные работы.

Время на подготовку 0.5 часа; в это время входит подготовка ответа на теоретический вопрос.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Раздوماхин, Н.	Скрытые ценности сетевого маркетинга	Москва: СОЛОН-ПРЕСС	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/80565.html">http://www.iprbookshop.ru/80565.html</a>
Валигурский Д.И., ред.	Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика. Том 2.	Москва: Дашков и К	2019	<a href="https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=359537">https://ibooks.ru/reading.php?short=1&amp;productid=359537</a>
Гаврилов, Л. П.	Основы электронной коммерции и бизнеса	Москва: СОЛОН-ПРЕСС	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/90290.html">http://www.iprbookshop.ru/90290.html</a>
Стешин, А. И.	Информационные системы в маркетинге	Саратов: Вузовское образование	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/79628.html">http://www.iprbookshop.ru/79628.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Медведева, М. А., Медведев, М. А., Парушева, С. С., Несторов, К. Ц., Берг, Д. Б.	Электронный бизнес. Ч.2 = Electronic business. 2nd part	Екатеринбург: Издательство Уральского университета	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/106552.html">http://www.iprbookshop.ru/106552.html</a>
Плиско, А. В.	Интернет-технологии ведения бизнеса	Симферополь: Университет экономики и управления	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/89484.html">http://www.iprbookshop.ru/89484.html</a>
Кудряшов, А. А.	Электронный бизнес	Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/75426.html">http://www.iprbookshop.ru/75426.html</a>
Кулеева Е. В.	Информационный маркетинг и средства защиты информационных процессов	СПб.: СПбГУПТД	2018	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018398">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018398</a>

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: [http://window.edu.ru/catalog/?p\\_rubr=2.2.75.6](http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6)

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

Справочная правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/>

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

СПС КонсультантПлюс

### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска