

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«21» 02 2023 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.07 Основы электронной коммерции

Учебный план: 2023-2024 38.03.02 ИБК Управ мал бизнесом ОО №1-1-63.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Управление малым бизнесом
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
5	УП	34	34	75,75	0,25	4	Зачет
	РПД	34	34	75,75	0,25	4	
Итого	УП	34	34	75,75	0,25	4	
	РПД	34	34	75,75	0,25	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

Доцент

Лашкова
Антоновна

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 компетенции обучающегося в области базовых технологий 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

ПК-6: Способен осуществлять процедуру закупок в малом бизнесе
Знать: информационные технологии по осуществлению закупок, виды и источники угроз в электронной коммерции;
Уметь: применять информационные технологии в сфере закупок на примере единой информационной системы (ЕИС);
Владеть: 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	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. ВВЕДЕНИЕ В ЭЛЕКТРОННУЮ КОММЕРЦИЮ	5					0
Тема 1. Электронная коммерция как новая форма ведения бизнес-процессов		4	2	8	ИЛ	
Тема 2. Классификация систем электронной коммерции. Модели бизнес-процессов. Структурные и функциональные схемы систем электронной коммерции.		4	4	8	ИЛ	
Раздел 2. ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ						0
Тема 3. Интернет-технологии электронной коммерции. Торговые и финансовые системы в Интернет		4	4	8	ИЛ	
Тема 4. Технологии электронных		4	4	10		
Тема 5. Маркетинговые коммуникации в электронной коммерции		6	8	12		

Раздел 3. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ					
Тема 6. Основные понятия и методы оценки эффективности систем электронной коммерции	4	4	10	ИЛ	О
Раздел 4. БЕЗОПАСНОСТЬ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ					
Тема 7. Основы безопасности электронной коммерции. Информационная безопасность	4	4	10	ИЛ	О
Тема 8. Проблемы правового обеспечения электронной коммерции. Типовые нормативные документы	4	4	9,75		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	34	34	75,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине	68,25		75,75		

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 Выбирает и использует компьютерные программы и Интернет - технологии в практической деятельности организации.	Вопросы устного собеседования

	Структурирует информацию по целям менеджмента; консолидирует информацию из интернет -источников.	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
Семестр 5	
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):

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

2 Создание ЭМ (электронного магазина):

- определить цели и задачи создания ЭМ;
- рассмотреть этап планирования ЭМ;
- разобрать этап разработки ЭМ;
- рассмотреть этапы поддержки и продвижения ЭМ;
- обсудить функции управления ЭМ.

3. Технология ЭК:

- рассмотреть этапы покупки в ЭМ;
- разобрать этап поиска и выбора товара;
- обсудить этап оформление заказа;
- обсудить виды оплаты в ЭМ;
- 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

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
6.1.1 Основная учебная литература				
Раздوماхин, Н.	Скрытые ценности сетевого маркетинга	Москва: СОЛОН-ПРЕСС	2018	http://www.iprbookshop.ru/80565.html
Валигурский Д.И., ред.	Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика. Том 2.	Москва: Дашков и К	2019	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=359537
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Кулеева Е. В.	Информационный маркетинг и средства защиты информационных процессов	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018398
Стешин, А. И.	Информационные системы в маркетинге	Саратов: Вузовское образование	2019	http://www.iprbookshop.ru/79628.html
Плиско, А. В.	Интернет-технологии ведения бизнеса	Симферополь: Университет экономики и управления	2019	http://www.iprbookshop.ru/89484.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

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