

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 20.12.2022 09:05:53

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfdb603f94388008e29877a6bcbf5

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»
«УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»
Факультет экономики и управления
Кафедра «Управление и бизнес-информатика»**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

С.С. Скараник

«01» сентября 2022 г.



Рабочая программа дисциплины

Электронная коммерция

Направление подготовки
38.03.05 Бизнес-информатика

Квалификация выпускника

Бакалавр

Для всех
форм обучения

Симферополь 2022

АННОТАЦИЯ	
Индекс дисциплины по учебному плану	Наименование дисциплины
Б1.В.ДВ.03.02	Электронная коммерция
Цель изучения дисциплины	Формирование у обучающихся знаний, навыков и способностей в области использования электронной коммерции для позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке; формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями, организации продажи в среде Интернет
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина относится к «Дисциплинам по выбору 3» части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 программы бакалавриата
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-1
Содержание дисциплины	Тема 1. Основные понятия электронного бизнеса Тема 2. Основные формы присутствия компаний в Интернете Тема 3. Электронный брендинг и маркетинг Тема 4. Государственные услуги для электронного бизнеса. Тема 5. Мобильный электронный бизнес. Электронный бизнес в социальных сетях Тема 6. Информационная безопасность электронного бизнеса
Общая трудоемкость дисциплины	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов)
Форма промежуточной аттестации	зачет

Содержание

1. Цель и перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы бакалавриата	5
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
5. Контроль качества освоения дисциплины	9
6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины	9
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	9
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	10
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	10
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	11
11. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине	11
Приложение 1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	12
Приложение 2. Критерии оценивания для ФОС	17

1. Цель и перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы бакалавриата

Целью изучения дисциплины «Электронная коммерция» является формирование у обучающихся знаний, навыков и способностей в области использования электронной коммерции для позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке; формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями, организации продажи в среде Интернет.

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1	Способен позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовать продажи в среде Интернет	ПК-1.1 Знает основы маркетинга, осознает место электронного предприятия в конкурентной среде; ПК-1.2. Умеет позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; ПК-1.3. Владеет навыками продвижение компании и организации продажи в сети «Интернет».

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.02 «Электронная коммерция» относится к «Дисциплинам по выбору 3» части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика. Дисциплина «Электронная коммерция» изучается обучающимися очной формы обучения в 6 семестре, очно-заочной формы обучения – в 7 семестре.

При изучении данной дисциплины обучающийся использует знания, умения и навыки, которые сформированы в процессе изучения предшествующих дисциплин: «Основы бизнес-информатики», «Компьютерные сети», «Web-дизайн».

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Электронная коммерция», будут необходимы для углубленного и осмысленного восприятия дисциплин: «Корпоративные информационные системы», «Эффективность информационных систем», «Основы цифровой экономики».

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зачетных единиц (з.е.), 108 академических часов.

3.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единиц 108 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа	38
Аудиторная работа(всего):	38
Лекции	12
Семинары, практические занятия	26
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	70
Курсовая работа	-
Зачет	+
Экзамен	-

Для очно-заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единиц 108 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа	28
Аудиторная работа (всего):	28
Лекции	10
Семинары, практические занятия	18
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	80
Курсовая работа	-
Зачет	+
Экзамен	-

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ темы	Наименование темы	Всего		Количество часов		
		ОФО	ОЗФО	Контактная работа		Внеаудит. работа
				Лекции	Практические	Самост. работа

				ОФО	ОЗФО	ОФО	ОЗФО	ОФО	ОЗФО
1.	Понятие и сущность электронной коммерции	18	18	2	2	4	4	12	12
2.	Системы электронной коммерции в корпоративном (B2B) и потребительских (B2C, C2C) секторах	16	16	2	2	4	4	10	10
3.	Концепция электронного правительства. Киберпреступность. Перспективы электронной коммерции	18	18	2	2	4	4	12	12
4.	Платежи и расчеты в Интернет	18	18	2	2	4	2	12	14
5.	Маркетинговые исследования в Интернет	20	20	2	2	6	2	12	16
6.	Бизнес-планирование в Интернет	18	18	2		4	2	12	16
	Всего по дисциплине	72	72	12	10	26	18	70	80
	Контроль								
	Итого	108	108	12	10	26	18	70	80

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции

Понятие электронной коммерции. История электронной коммерции. Структура рынка электронной коммерции. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Факторы развития систем электронной коммерции. Преимущества использования электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции. Базовые технологии (технико-экономические и правовые основы) электронной коммерции.

Тема 2. Системы электронной коммерции в корпоративном (B2B) и потребительских (B2C, C2C) секторах.

Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B) ресурсов. Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C).

Тема 3. Концепция электронного правительства. Киберпреступность. Перспективы электронной коммерции

Системы электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B). Мошенничество в Интернете. Перспективы электронной коммерции.

Тема 4. Платежи и расчеты в Интернет

Экономическая природа электронных денег. Информационная теория денег. Основные виды электронных денег и уровень их безопасности. Правовые аспекты криптографии. Электронные платежные системы: обзор существующих. Лицензирование и страхование распределенного обслуживания. Банк и Интернет. Новая модель

банковской деятельности. Управление банковским счетом через Интернет. Другие банковские услуги в Интернете.

Тема 5. Маркетинговые исследования в Интернет

Источники получения информации об аудитории Интернета. Российские и зарубежные Интернет-агентства. Особенности мировой и российской аудиторий Интернет.

Исследования рынков, конкурентов, потребителей. Использование Интернет для продвижения продуктов. Построение системы маркетинга в среде Интернет. Оценка эффективности маркетинга.

Тема 6. Бизнес-планирование в Интернет

Стратегия предприятия в Интернет. Ресурсное обеспечение и экономика Интернет-проекта. Представительство предприятия в Интернете: методы построения.

4.3. Содержание практических занятий (очная форма обучения)

<p>Практическое занятие 1-2. Сущность электронной коммерции (4 часа)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие электронной коммерции. Структура рынка электронной коммерции. 2. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Факторы развития систем электронной коммерции. 3. Базовые технологии (технико-экономические и правовые основы) электронной коммерции
<p>Практическое занятие 3-4. Системы электронной коммерции. (4 часа)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B) ресурсов. 2. Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). 3. Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C).
<p>Практическое занятие 5-6. Концепция электронного правительства (4 часа)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Системы электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B). 2. Перспективы электронной коммерции.
<p>Практическое занятие 7-8. Платежи и расчеты в Интернет (4 часа)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные виды электронных денег и уровень их безопасности. Правовые аспекты криптографии. 2. Электронные платежные системы: обзор существующих. Лицензирование и страхование распределенного обслуживания. 3. Банк и Интернет. Новая модель банковской деятельности. Управление банковским счетом через Интернет. Другие банковские услуги в Интернете.
<p>Практическое занятие 9. Получение информации об аудитории Интернета. (2 часа)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Источники получения информации об аудитории Интернета. 2. Российские и зарубежные Интернет-агентства. 3. Особенности мировой и российской аудиторий Интернет.
<p>Практическое занятие 10-11. Маркетинговые исследования в Интернет. (4 часа)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Исследования рынков, конкурентов, потребителей. 2. Использование Интернет для продвижения продуктов. 3. Построение системы маркетинга в среде Интернет. Оценка эффективности маркетинга.
<p>Практическое занятие 12-13. Бизнес-планирование в Интернет. (4 часа)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегия предприятия в Интернет. 2. Ресурсное обеспечение и экономика Интернет-проекта. 3. Представительство предприятия в Интернете: методы построения.

4.4. Содержание самостоятельной работы

<p>Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции Преимущества использования электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции. Базовые технологии (технико-экономические и правовые основы) электронной коммерции.</p>
<p>Тема 2. Системы электронной коммерции в корпоративном (B2B) и потребительских (B2C, C2C) секторах Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C).</p>
<p>Тема 3. Концепция электронного правительства. Киберпреступность. Перспективы электронной коммерции Мошенничество в Интернете. Перспективы электронной коммерции.</p>
<p>Тема 4. Платежи и расчеты в Интернет Банк и Интернет. Новая модель банковской деятельности. Управление банковским счетом через Интернет. Другие банковские услуги в Интернете.</p>
<p>Тема 5. Маркетинговые исследования в Интернет Российские и зарубежные Интернет-агентства. Особенности мировой и российской аудиторий Интернет. Построение системы маркетинга в среде Интернет. Оценка эффективности маркетинга.</p>
<p>Тема 6. Бизнес-планирование в Интернет Представительство предприятия в Интернете: методы построения.</p>

5. Контроль качества освоения дисциплины

Текущий контроль и промежуточная аттестация осуществляются в соответствии с «Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в Автономной некоммерческой организации «Образовательная организация высшего образования» «Университет экономики и управления».

Вид промежуточной аттестации – зачет. Форма проведения промежуточной аттестации – письменный зачет.

Оценочные средства по дисциплине приведены в Приложении 1.

Критерии оценивания для ФОС приведены в Приложении 2.

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Плиско, А. В. Электронная коммерция: Опорный конспект лекций/ А. В. Плиско. - Симферополь: АНО"ООВО" "УЭУ", 2017. - 54 с — Текст : электронный.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература:

1. Ревина, С. Ю. Бизнес в Интернете. В 2 частях. Ч.1 : учебно-методическое пособие / С. Ю. Ревина. — Москва : Российский университет дружбы народов, 2018. — 64 с. — ISBN 978-5-209-08754-0 (ч.1), 978-5-209-08753-3. — Текст : электронный //

- Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/104184.html> (дата обращения: 29.06.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Ревина, С. Ю. Бизнес в Интернете. В 2 частях. Ч.2 : учебно-методическое пособие / С. Ю. Ревина. — Москва : Российский университет дружбы народов, 2018. — 55 с. — ISBN 978-5-209-08755-7 (ч.2), 978-5-209-08753-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/105790.html> (дата обращения: 29.06.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
- б) дополнительная литература:**
3. Кочергин, Д. А. Электронные деньги : учебное пособие / Д. А. Кочергин. — 2-е изд. — Москва, Саратов : ЦИПСИР, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 424 с. — ISBN 978-5-4486-0772-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86157.html> (дата обращения: 29.06.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
 4. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. — 153 с. — ISBN 978-5-9275-2673-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87414.html> (дата обращения: 29.06.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Информационно-правовой портал «Гарант»: официальный сайт. — URL: <http://www.garant.ru> — Текст: электронный.
2. Цифровой образовательный ресурс «IPRsmart»: официальный сайт. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/> — Текст: электронный.
3. Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»: официальный сайт. — URL: <http://www.window.edu.ru> — Текст: электронный.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При проведении лекций, семинарских (практических) занятий, самостоятельной работе обучающихся применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения обучающихся в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и обучающиеся) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

- творческое задание. Выполнение творческих заданий требует от обучающегося воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода;

- групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

В ходе освоения дисциплины при проведении контактных занятий используются следующие формы обучения, способствующие формированию компетенций: лекции-дискуссии; кейс-метод; решение задач; ситуационный анализ; обсуждение рефератов и докладов; разработка групповых проектов; встречи с представителями государственных и общественных организаций.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

*программы, обеспечивающие доступ в сеть «Интернет» (например, «Googlechrome»);

*программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows MediaPlayer»);

*программы для демонстрации и создания презентаций (например, «MicrosoftPowerPoint»).

11. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для преподавания дисциплины требуются специальные материально-технические средства (компьютерные классы и т.п.). Во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала, мультимедийные проекторы Epson, BenqViewSonic; экраны для проекторов; ноутбуки Asus, Lenovo, микрофоны.