Аннотация рабочей программы дисциплины

*Б1.В.12 «Электронная коммерция»*

Направление подготовки

*38.03.06 Торговое дело профиль Маркетинг в торговой деятельности*

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению *38.03.06* *«Торговое дело»*

1. **Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина Б1.В.ОД.12 «Электронная коммерция» является обязательной дисциплиной вариативной части блока «Дисциплины (модули)» ОПОП бакалавриата.

1. **Цель и задачи дисциплины, требования к результатам освоения дисциплины**

Цель дисциплины:формирование у студентов базовые знания, умения, навыки и представления относительно использования информационных и телекоммуникационных технологий в коммерческой деятельности, принципов создания, функционирования и поддержки веб-сайтов, обеспечения информационной безопасности и правового обеспечения в рамках проектов электронной коммерции.

Задачи дисциплины: формирование специалиста нового профиля, владеющего инструментарием электронной коммерции и особенностями работы на различных сегментах рынка; подготовка студентов в рамках предмета предполагает необходимость изучения технологических аспектов функционирования сети Интернет, а также получения базовых навыков по созданию, наполнению и поддержке информационных ресурсов в сети Интернет; ознакомление студентов с перспективами развития информационных и телекоммуникационных технологий и систем в электронной коммерции, их взаимосвязь со смежными областями. Изучение теоретических основ и получение практических навыков информационного поиска в сети Интернет. Получение представлений о функционировании современных корпоративных веб-приложений, используемых в системах электронной коммерции. Изучение теоретических и практических основ обеспечения безопасного функционирования систем электронной коммерции. Подготовка студентов к последующей образовательной и профессиональной деятельности и формирование профессиональных компетенций студентов в области использования информационных и телекоммуникационных средств в бизнес процессах.

В результате освоения дисциплины студент должен:

1) Знать: основные законы, нормативно-правовые документы, федеральные и региональные целевые программы, касающиеся электронной коммерции; критерии оценки эффективности систем электронной коммерции; функциональные возможности Интернет-магазинов, Интернет-аукционов, Интернет-бирж, электронные торговые ряды, витрины и каталоги для систем электронной коммерции; преимущества электронной коммерции в сфере коммуникационных и информационных услуг; виды электронных платежей используемых в Интернете, их возможности, преимущества и недостатки.

2) Уметь: пользоваться поисковыми и почтовыми средствами Интернета, а также службами телеконференций, FTP, IRC и ICQ; пользоваться информационными корпоративными порталами и корпоративными Web-сайтами для поиска потенциальных продавцов и покупателей при проведении коммерческих операций.

3) Владеть: практическими навыками использования и настройки программ работы с электронной почтой; методами и приемами работы с реально действующими Интернет-магазинами и Интернет-аукционами; приемами создания статических сайтов, их редактирования.

1. **Формируемые компетенции:** способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности (ОК-6); 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-1); умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ОПК-3); 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-4); готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-3); способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-11); способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий (ПК-12); готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-13); способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-14).
2. **Содержание дисциплины** (содержание разделов дисциплины, разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами, разделы дисциплины и виды занятий);

Тема 1. Понятие электронной коммерции и ее составляющие части. Тема 2. Бизнес, бизнес-процессы и их классификация. Классификация систем электронной коммерции по субъектам и объектам. Тема 3. Характеристика систем В2С и В2В. Способы доставки товара. Электронная торговля. Инфраструктура. Бизнес-модели Интернет-магазинов и способы их создания. Тема 4. Характеристика традиционных способов оплаты и электронных платежных систем. Особенности платежных систем. Тема 5. Примеры отечественных электронных платежных систем. Тема 6. Понятие безопасности электронной коммерции. Виды, источники и способы реализации угроз. Тема 7. Технические, организационные и программные средства обеспечения информационной безопасности. Оценка эффективности защиты. Тема 8. Основные проблемы правового обеспечения электронной коммерции. Тема 9. Анализ существующей правовой и нормативной базы электронной коммерции в России и мире. Типовые законы ЮНСИТРАЛ. Тема 10. Особенности методов маркетинговых исследований в системах электронной коммерции. Тема 11. Проведение маркетинговых исследований. Поиск, сбор и обработка маркетинговой информации в процессе работы системы.

Дисциплина «Электронная коммерция» является основой для изучения последующих дисциплин: «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Управление торговой организацией», «Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка», «Оценка хозяйственных рисков торговой деятельности», «Анализ и прогнозирование конъюнктуры товарных рынков», «Безопасность организации в сфере коммерции», «Инновации в торговой деятельности», «Инфраструктура рынка товаров и услуг».

1. **Объем дисциплины:** 108 час/ 3 з.е. (в том числе аудиторных – 42 часов, самостоятельной работы – 30 часов, контроль – 36 часов).
2. **Форма промежуточного контроля:** экзамен.
3. **Семестр:** 6.

Разработчик:

к.т.н., доцент, доцент кафедры Информационных технологий и математики, ПИ(ф) РЭУ им. Г.В. Плеханова Болотов А.М.