



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Пензенский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ПГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ПГУ



 А. Д. Гуляков

14 февраля 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«Электронная коммерция»

Наименование дисциплины

дополнительной профессиональной программы
профессиональной переподготовки
Президентской программы подготовки управленческих кадров
для народного хозяйства Российской Федерации

«Маркетинг» тип В

Наименование программы

Пенза
2020

1. Общая характеристика дисциплины «Электронная коммерция»

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель курса – формирование теоретических знаний и практических умений и навыков в области электронной коммерции, совершения коммерческих операций и управления бизнес-процессами с применением электронных средств обмена данными.

Задачи курса:

- овладение понятийным и категорийным аппаратом в области электронной коммерции;
- изучение форм электронной коммерции;
- анализ развития электронной коммерции в мировом сообществе и в России;
- изучение правовых основ регулирования электронной коммерции;
- изучение современных технологий совершения коммерческих операций с применением электронных средств обмена данными;
- приобретение навыков анализа и оценки эффективности электронной коммерции;
- приобретение знаний и навыков в области разработки и внедрения проектов электронной коммерции в систему управления компанией.

1.2. Связь с другими дисциплинами

Дисциплина относится к разделу 3 «Специализация», к блоку обязательных дисциплин, обеспечивающих экономическую и организационно-управленческую подготовку слушателя.

Курс «Электронная коммерция» основан на изучении таких дисциплин, как: «Основы экономики в условиях цифровизации», «Маркетинг».

Курс «Электронная коммерция» способствует изучению таких дисциплин и курсов как: «Цифровая трансформация бизнеса», «Маркетинг в социальных сетях», «Система цифрового (digital) маркетинга», «Современные практики управления предприятием (мини-стажировки)», «Подготовка и защита ВКР».

1.3. Трудоемкость изучения курса

Количество часов							
Всего	Аудитор-ных	В том числе		Самостоя-тельная работа	В том числе		Активные методы обучения
		Очные	Дистан-ционные		Электрон-ное обучение	Прочая самостоятельная работа	
22	12	10	2	10	2	8	6

Форма итогового контроля: экзамен.

1.4. Форма обучения и форма организации образовательного процесса

Форма обучения: очно-заочная.

Программа реализуется в смешанной форме интерактивных лекций, дискуссионного семинара и дистанционных образовательных технологий.

Активные методы обучения предусматривают проведение анализа конкретных ситуаций (метод кейсов).

Бизнес-кейсы (англ. case study) – это ситуации и проблемы из практики, состоящие из условия или входных документов и вопроса, на который отвечает соискатель. Ситуации бывают реальными или вымышленными – все зависит от компании, в которую пришел устраиваться человек. Анализ конкретных ситуаций (метод кейсов) – изучение специалистами ситуаций, основанных на описании конкретного опыта принятия управленческих решений и организация коллективного анализа специалистами возникающих проблем и предпринимаемых действий.

2. Формализованные (планируемые) результаты освоения дисциплины

Слушатель в результате освоения дисциплины должен обладать следующими компетенциями:

Коды компетенции	Наименование компетенции	Образовательный результат
1	2	3
ПК17	Способность к разработке, внедрению и совершенствованию системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики компании	Знать методы проведения маркетинговых исследований в области распределения и продаж, подходы к формированию сбытовой политики организации Уметь выбирать, создавать и оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции) организации, работать с информацией и базами данных по системе распределения Уметь проводить оценку сбытовой политики организации и управлять

		продажами товаров и услуг
ЦК2	Способен решать профессиональные задачи с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)	Знать информационно-коммуникационные технологии для обеспечения электронной коммерции, особенности их применения в электронной коммерции. Уметь использовать системы сбора и анализа данных посещаемости площадки электронной коммерции, в том числе инструменты веб-аналитики; применять на практике инструменты интернет-маркетинга и продвижения в социальных сетях; разрабатывать план мероприятий по внедрению систем электронной коммерции в организациях. Владеть навыками применения информационно-коммуникационных технологий для решения задач электронной коммерции, навыками анализа и оценки эффективности электронной коммерции.

3. Содержание программы дисциплины

3.1. Перечень тем и их трудоемкость

№ п/п	Наименование тем дисциплины	ОТ, час	Аудиторные/ дистанционные занятия, час.			СРС, час.	
			Лк	ПЗ		Эл	Пр
				См	Дист		
1	Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции, основные технологии электронной коммерции	4	2				2
2	Тема 2. Формы электронной коммерции, модели бизнеса и монетизации в электронной коммерции	6	2			2	2
3	Тема 3. Электронные платежные системы	4	2				2
4	Решение деловой ситуации (кейса): «Повышение продаж с применением электронных торговых площадок»	8	4		2	6	2
ИТОГО		22	10		2	6	8
По плану		22	10		2	6	8
Форма контроля		экзамен					

Пояснения к сокращениям и формы проведения занятий:

ОТ – общая трудоемкость,

Лк – интерактивные лекционные занятия в традиционной форме с использованием мультимедийных презентаций, а также в форме проблемных дискуссий,

ПЗ – практические занятия,

См – практические занятия в синхронной форме в виде разбора практических ситуаций и решения задач,

Дист – практические занятия в дистанционной форме,

Акт – активные методы обучения (решение деловой ситуации – кейса),

СРС – самостоятельная работа слушателя,

Эл – самостоятельная работа в электронной форме асинхронно,

Пр – прочая самостоятельная работа слушателей (самостоятельное изучение литературы, рабочих тетрадей, подготовка к промежуточному и итоговому тестированию и пр.)

3.2. Содержание программы дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Содержание
1	Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции, основные технологии электронной коммерции	Понятие электронной коммерции, история возникновения и современные тренды развития электронной коммерции, факторы развития систем электронной коммерции, структура рынка электронной коммерции, портрет потребителя в различных сегментах рынка электронной коммерции, информационно-коммуникационные, технико-экономические и правовые основы электронной коммерции.
	Практическое занятие	Не предусмотрено
	Самостоятельная работа слушателя	Самостоятельное изучение литературы [1-2, 6], подготовка к промежуточному контролю знаний в форме экзамена.
2	Тема 2. Формы электронной коммерции, модели бизнеса и монетизации в электронной коммерции	Классификация предприятий, относящихся к электронной коммерции, различные модели бизнеса в электронной коммерции, электронная торговля и интернет-магазины, коммерция в социальных сетях, мобильная коммерция, методы монетизации в электронной коммерции, их сравнение, преимущества, недостатки и тренды.
	Практическое занятие	Не предусмотрено

	Самостоятельная работа слушателя	Самостоятельная работа в электронной форме асинхронно по выполнению задания «Анализ Интернет-магазина». Самостоятельное изучение литературы [1-2, 6], подготовка к промежуточному контролю знаний в форме экзамена.
3	Тема 3. Электронные платежные системы	Понятие электронных платежных систем и их функции, характеристика основных электронных платежных систем.
	Практическое занятие	Не предусмотрено
	Самостоятельная работа слушателя	Самостоятельное изучение литературы [1-6], подготовка к промежуточному контролю знаний в форме экзамена.
4	Решение деловой ситуации (кейса): «Повышение продаж с применением электронных торговых площадок»	Консультирование по вопросам выбора и применения электронных торговых площадок для решения задачи повышения объемов продаж.
	Практическое занятие	Практические занятия в дистанционной форме «Выбор электронных ресурсов по поиску и подбору товаров в сети Интернет». Кейс «Повышение продаж с применением электронных торговых площадок»
	Самостоятельная работа слушателя	Изучение электронных ресурсов [1-3] Изучение учебно-методических источников [1-6].
Используемые образовательные технологии		<ol style="list-style-type: none"> 1) Лекции - с использованием мультимедийных технологий в формате файлов презентаций; 2) Дискуссии по темам проектных заданий при проведении лекционных и практических занятий; 3) Практические занятия - решение профессиональных задач и метод кейсов (решение деловой ситуации), с представлением результатов решения кейса в виде защиты отчета; 4) Участие в разработке и реализации проектов оценки компании во внеаудиторной деятельности по индивидуальному проектному заданию.

3.3. Описание системы контроля и примеры форм контроля результатов обучения

Для прохождения промежуточной аттестации по курсу слушатель должен представить отчет о решении кейса «Повышение продаж с применением электронных торговых площадок».

Экзамен по курсу проводится в форме тестирования (компьютерное тестирование).

Вопросы для теста (примерные):

1. Интернет-экономика включает в себя:

- а) глобальные компьютерные сети, программные приложения, человеческие ресурсы, системы электронных платежей, законодательную политику;
- б) глобальные открытые компьютерные сети, программные приложения, взаимосвязанные электронные рынки с различными механизмами обмена, человеческие ресурсы, системы электронных платежей;
- в) открытую доступную сетевую среду, взаимосвязанные электронные рынки, человеческие ресурсы, системы электронных платежей, законодательную политику.

2. Категория электронной коммерции, которая представлена различными видами сделок, заключаемых между компаниями и правительственными организациями:

- а. B2B
- б. B2C
- в. B2G
- г. C2G

4. Условия реализации программы

4.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Очные занятия проводятся в аудиториях Пензенского государственного университета (9 уч. корпус), оборудованных компьютерной и проекционной техникой.

Очные и дистанционные занятия также проводятся на базе регионального ресурсного центра, располагающего аудиториями, оборудованными компьютерной и проекционной техникой.

Для электронного обучения и обучения с использованием дистанционных образовательных технологий, а также самостоятельной работы с учебными материалами, в Электронной информационно-образовательной среде ПГУ (ЭИОС ПГУ – <https://lk.pnzgu.ru>) создается электронный курс по программе, слушатели регистрируются в ЭИОС ПГУ и им выдаются персональные логины и пароли.

4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Перечень основной и дополнительной рекомендуемой литературы:

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Количество экземпляров
Основная литература		
1	Калинина А.Э. Интернет-бизнес и электронная коммерция: Учебное пособие. - Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2004. http://window.edu.ru/resource/854/25854/files/volsu438.pdf	-
2	Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса: учебное пособие / А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм, Т.М. Уляхин, А.В. Гуськов. - Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО "ТГТУ", 2012. http://window.edu.ru/resource/074/80074/files/blyum.pdf	-
Дополнительная литература		
3	Информационные технологии в маркетинге [Текст] : учебник / под ред. Г.А.Титоренко. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - 335 с.	16
4	Успенский, И. В. Интернет-маркетинг: Учебник.- СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2003.: http://www.aup.ru/books/m80	-
5	Калужский, М. Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка. - ОмГТУ. – Москва : Экономика, 2014. – 328 с. http://www.aup.ru/books/m269/	-
6	Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халилов. – 3-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 240 с.	10

Электронно-библиотечные системы:

№ п/п	Наименование и краткая характеристика электронных изданий и информационных баз данных
1	Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://cyberleninka.ru
2	Справочно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru
3	Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://window.edu.ru

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Лицензионное программное обеспечение.

Microsoft (office professional 2007, office standart 2007, 2010, 2013; word 2007, windows server 2003, 2008; windows 7 professional; windows vista business; windows 8 professional, windows starter 7). Astra Linux Special Edition. Антивирус Касперского (договор от 22.11.2017).

2. Свободно распространяемое ПО

LibreOffice, OpenOffice, Adobe Acrobat Reader

Методические и учебные материалы по курсу (в ЭИОС):

-

5. Разработчик программы

к.э.н., доцент каф. «МКиСО» ПГУ



Н.В. Уткина

СОГЛАСОВАНО:

Директор МРЦПКиДО



В.В. Сазонов