

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.17 «Электронная коммерция»

наименование дисциплин (модуля)/практики

Автор:

К.т.н. Перекрестов В.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.03.06 Торговое дело, «Технологии продаж в современном бизнесе»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

сформировать компетенцию в области разработки проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий (ПК-12)

План курса:

Раздел 1. Электронная торговля - общие понятия, терминология, основные тенденции развития

Тема 1.1 Определение и принципы развития электронной торговли

Тема 1.2. Развитие электронной торговли в мировой экономике

Масштабы распространения электронной торговли в мировой экономике. Географическая и отраслевая структура электронной торговли.

Тема 1.3. Развитие электронной торговли в России

Развитие Интернета как фактора роста электронной торговли. Особенности становления и развития электронной торговли в России

Раздел 2. Нормативно - правовая база электронной торговли

Тема 2.1. Международные нормативно-правовые акты.

Институциональное обеспечение международной электронной торговли.

Типовой закон UNCITRAL об электронной торговле (резолюция Генеральной Ассамблеи ООН №51/162).

Тема 2.2 Российские нормативно-правовые акты.

Общая характеристика нормативно-правового обеспечения электронной торговли в РФ: оценка настоящего состояния и тенденции развития. Гражданский кодекс РФ. Общие нормативные условия поставки товаров. Инкотермс и другие законодательные и нормативные акты, регулирующие электронную торговлю в России.

Раздел 3 Виды коммерческой деятельности в электронной торговле

Тема 3.1. Интернет-магазины.

Электронный бизнес в розничной торговле. Интернет-витрины и Интернет-магазины. Платежные системы в Интернете.

Тема 3.2 Интернет-аукционы

Интернет-аукционы. Пиринговые системы.

Тема 3.3. Электронные биржи и торговые площадки

Основные типы бизнес-процессов в секторе B2B. Электронные биржи. Отраслевые (вертикальные) электронные площадки. Многоотраслевые торговые площадки.

Тема 3.4 Межкорпоративная электронная торговля

Корпоративные представительства в Интернете. Виртуальные предприятия.

Венчурное интернет-инвестирование. Электронные платежные системы и проблемы безопасности электронных расчетов. Технология функционирования Интернет-банкинга. Профайлинг.

Раздел 4. Реклама и маркетинг в электронной торговле

Тема 4.1. Особенности рекламы в электронной торговле. Рейтинги и каталоги. Профайлинг и персонализация в интернет-рекламе. E-mail – реклама. Оценка эффективности интернет-рекламы.

Тема 4.2. Баннерная реклама

Содержание термина. Примеры успешного использования баннерной рекламы. Преимущества и недостатки баннерной рекламы. Продажи продукции или услуг при помощи баннерной рекламы и оценка их эффективности. Оптимальный выбор площадки как фактор успешности баннерной рекламы.

Тема 4.3. Маркетинг в электронной торговле.

Основы интернет-маркетинга (сайт-промоутинг). Понятие и структура сайт-промоутинга. Приемы построения и «раскрутки» сайта.

Использование поисковых систем. Изучение структуры аудитории. Каналы распределения товаров и услуг

Раздел 5. Разработка бизнес-планов и определение эффективности процедуры в электронной торговле.

Тема 5.1. Сбор и обработка и исходной информации.

Тема 5.2. Цели бизнес-планирования

Тема 5.3. План сбытовой деятельности. Финансовый план. Риски

Раздел 6. Платежные системы в электронной торговле

Тема 6.1. Классификация платежей и платежных систем.

Основные виды платежных систем

Определение электронной платежной системы. Классификация платежных систем. Требования к платежным системам. Сравнение платежных инструментов электронного бизнеса. Система расчетов пластиковыми картами. Смарт-карты. Электронные чеки и электронные «наличные» деньги.

Интернет-банкинг и технология его функционирования.

Тема 6.2. Вопросы безопасности платежей через Интернет

Киберпреступность. Преступления с использованием пластиковых карт. Другие компьютерные преступления. Способы защиты от киберпреступности

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Формы текущего контроля успеваемости: опрос, тестирование, доклад.

Формы промежуточной аттестации, отражающие формирование компетенции на уровне данной дисциплины: зачет.

Этап освоения компетенции ПК-12.2 отражает формирование:

на уровне знаний:

Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж

Подходы к формированию сбытовой политики организации

Методы систематизации информации

Правила использования программ для подготовки презентаций

Программы работы с таблицами и правила их использования

на уровне умений:

Работать с информацией и базами данных по системе распределения

Выполнять маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции)

Создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации

Оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции)

Проводить оценку сбытовой политики организации

Управлять продажами товаров и услуг

Вести учет коммерческих предложений по продаже инфокоммуникационных систем и/или их составляющих

Работать с компьютерным и офисным оборудованием

Вести деловую переписку

Вести деловые переговоры

на уровне навыков:

Формирование средств и каналов распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации

Разработка комплексной системы распределения (дистрибуции) в организации

Разработка сбытовой политики организации

Совершенствование системы распределения (дистрибуции) в организации

Ведение базы данных типовых предложений по продаже инфокоммуникационных систем и/или их составляющих

Информирование клиентов об условиях продажи инфокоммуникационных систем и/или их составляющих

Подготовка коммерческих предложений по продаже инфокоммуникационных систем и/или их составляющих на основании базы данных типовых предложений

Согласование условий продажи инфокоммуникационных систем и/или их составляющих с вышестоящим руководством

Основная литература:

1. Кудряшов А.А. Электронный бизнес [Электронный ресурс]: учебное пособие / Кудряшов А.А.— Электрон. текстовые данные.— Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2017.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75426.html> — ЭБС «IPRbooks»
2. Быстренина, И. Е. Электронная коммерция: учебное пособие / И. Е. Быстренина. — 2-е изд. — М.: Дашков и К, 2019. — 90 с. — ISBN 978-5-394-03372-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85492.html>