

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08 «Электронная коммерция / E-Commerce»

наименование дисциплин (модуля)

Автор: к.т.н., доцент Перекрестов В.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.03.06 «Торговое дело», профиль «Международная коммерция»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать компетенции в области способности разрабатывать и обосновывать план закупок товаров и услуг и осуществлять управление процессом закупок, разрабатывать и реализовывать сбытовую политику организации (ПКр ОС-1), способности к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (ПКр ОС-2)

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 др. 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 банерной 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 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, индивидуальное задание.

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенции на уровне данной дисциплины: зачет.

Компоненты компетенции отражают формирование:

на уровне знаний:

отличительные особенности инновационных информационных методов и средств в рамках профессиональной деятельности

на уровне умений:

применять инновационные методы и средства, необходимые для организации и управления профессиональной деятельностью в Интернет-пространстве в сфере закупок, включая закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

на уровне навыков:

владеть информационными технологиями в области электронной коммерции для работы в интернет-пространстве в сфере закупок, включая закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

быть готовым в качестве члена творческого коллектива принимать участие в разработке инновационных методов, средств и технологий в области электронной коммерции при управлении экспортно-импортными операциями.

Основная литература:

1. Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом [Электронный ресурс]: правовое регулирование/ Савельев А.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Статут, 2014.— 543 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29097>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Калужский М.Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка [Электронный ресурс]/ Калужский М.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Экономика, Омский государственный технический университет, 2014.— 327 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31693>.— ЭБС «IPRbooks»