

Б1.В.ОД.12 «Электронная коммерция»

Цель дисциплины:

- обучение студентов теоретическим основам и практическим навыкам использования компьютеров при работе ведении бизнеса в сети.

Задачи дисциплины:

- сформировать системный подход к теоретическим основам и практическим аспектам реализации сетевой экономики как интегрированному направлению деятельности, основанной на глубоких знаниях и практических навыках;

- рассмотреть основные возможности использования информационного, электронного и сетевого инструментария как важнейших подходов, позволяющих повысить эффективность коммерческой деятельности предприятия;

- развить потребность в изучении и освоении новых, современных методов и технологий организации, планирования и управления процессами сетевой экономики.

Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Электронная коммерция» относится к вариативной части учебного плана.

Дисциплина основывается на знании дисциплины «Информационные технологии».

Для успешного освоения дисциплины, студент должен:

Знать:

- цели, объекты, субъекты профессиональной деятельности, договоры в профессиональной деятельности, внедоговорные обязательства, правовую охрану собственности и правовую защиту интересов субъектов профессиональной деятельности, ее государственное регулирование и контроль (ОПК - 1);

- понятие, значение и виды информации в коммерческой деятельности (ОПК - 4);

- организационно-правовые формы предприятий, их ресурсы, экономические показатели деятельности предприятий, анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной организации (предприятия) (ПК - 2).

Уметь:

- решать стандартные задачи профессиональной деятельности (ОПК - 1);

- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью (ОПК - 4);

- проводить учет товаров и материальных ценностей; (ПК - 2).

Владеть:

- информационной и библиографической культурой (ОПК - 1);

- методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации (ОПК - 4);
- методологией оценки и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов (ПК - 2).

Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ОПК - 4 - способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией

В результате освоения компетенции **ОПК - 4** студент должен:

Знать:

- понятие, значение и виды информации в коммерческой деятельности;
- преимущества интегрированной информации, требования к информации;
- источники первичной и вторичной информации, направления комплексного исследования рынка;
- основные понятия, цели, классификацию информационных технологий и характеристику отдельных видов, интеграцию информационных технологий в коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товароведной деятельности;
- основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты коммерческой деятельности;
- методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы;
- договоры в коммерческой деятельности;
- государственное регулирование и контроль в коммерческой деятельности;
- цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга, маркетинговую среду и ее анализ, маркетинговые исследования, организацию деятельности маркетинговых служб;
- цели, объекты, субъекты, сферу применения, правовое регулирование рекламной деятельности; виды и формы рекламы, рекламный процесс, организация рекламных компаний и акций, оценка их эффективности

Уметь:

- выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка;

- получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов;
- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой деятельностью;
- использовать информационные компьютерные технологии в профессиональной деятельности;
- получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов;
- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью;
- использовать информационные компьютерные технологии в профессиональной деятельности;
- осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты;
- формировать ассортимент,
- осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников,
- заключать договоры и контролировать их исполнение

Владеть:

- методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации;
- умением проводить маркетинговые исследования;
- умением и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности организации;
- аналитическими методами и навыками оценки эффективности коммерческой деятельности на предприятиях;
- опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности.

ПК - 12 – способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий

В результате освоения компетенции **ПК - 12** студент должен:

Знать:

- основные виды и элементы проектов, важнейшие принципы, функции и методов управления проектом, методологии анализа и синтеза управленческих решений при реализации проектов;
- проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы);
- основы планирования мероприятий маркетинговой деятельности, особенности маркетинговой деятельности на внешних рынках

Уметь:

- применять технологии организационного проектирования в рамках проектного управления;
- разрабатывать технико-экономическое обоснование проекта;
- разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы)

Владеть:

- опытом использования различного инструментария в проектной деятельности;
- опытом разработки проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий.

Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)
1	Теоретические основы электронной коммерции
2	Модель В2С: окружающая среда и подходы к построению бизнес-операций
3	Организация розничной торговли в Интернете
4	Системы оплаты товаров и услуг в Интернете
5	Модель В2В в электронной коммерции
6	Электронная коммерция в индустрии услуг
7	Технические аспекты создания систем электронной коммерции и безопасность электронного бизнеса
8	Нормативно-правовое обеспечение электронной коммерции

Форма контроля - экзамен.