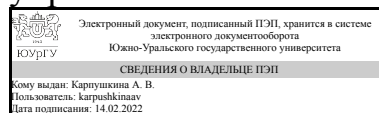


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Высшая школа экономики и
управления



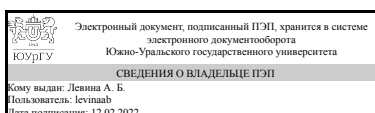
А. В. Карпушкина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.13 Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете
для направления 38.03.02 Менеджмент
уровень Бакалавриат
форма обучения очно-заочная
кафедра-разработчик Менеджмент

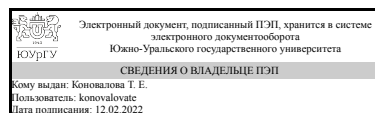
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 970

Зав.кафедрой разработчика,
к.экон.н., доц.



А. Б. Левина

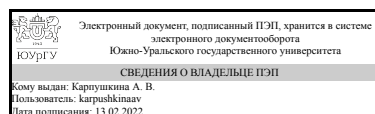
Разработчик программы,
старший преподаватель



Т. Е. Коновалова

СОГЛАСОВАНО

Руководитель направления
д.экон.н., доц.



А. В. Карпушкина

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является формирование системы теоретических знаний и практических умений и навыков управления процессом интернет-продвижения. Задачи: - сформировать знания о принципах электронной коммерции, технологиях продвижения и современных инструментах, методах и средствах продвижения бизнеса в конкурентной среде; - сформировать знания о функционировании современных медийных площадок, способов продвижения в цифровой среде, приемах и методах проведения анализа эффективности маркетинговой активности; - сформировать умения и навыки выбора технологий продвижения, методов поиска, сбора, систематизации и анализа необходимой маркетинговой информации, способов оценки эффективности выбранного комплекса продвижения; - сформировать умения и навыки оставлять систему показателей эффективности продвижения бизнеса в цифровой среде; анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в Интернет общей маркетинговой стратегии организации

Краткое содержание дисциплины

Электронная коммерция. Продвижение бизнеса: понятие, цели, задачи и функции. Особенности продвижения товаров и услуг. Интернет-маркетинг. Веб-сайт как информационный ресурс компании. Мобильный маркетинг. Инструменты и преимущества. Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях. Организация и управление процессом продвижения бизнеса. Бюджет. Оценка эффективности продвижения

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-6 Способен управлять процессом реализации стратегии интернет-продвижения	<p>Знает: - перспективы развития электронной коммерции; - особенности функционирования современных медийных площадок; - систему инструментов интернет-маркетинга; - особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>Умеет: - распределять работы, ресурсы по реализации стратегии интернет-продвижения - составлять систему показателей эффективности интернет-продвижения и корректировать стратегию продвижения в зависимости от них</p> <p>Имеет практический опыт: - выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - оценки эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и корректировки стратегии продвижения</p>

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Нет	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 36,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		9	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108	
<i>Аудиторные занятия:</i>	30	30	
Лекции (Л)	20	20	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	10	10	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	71,75	71,75	
с применением дистанционных образовательных технологий	0		
Подготовка к зачету	17,75	17.75	
Подготовка к практическим занятиям	24	24	
Подготовка задания самостоятельной работы	20	20	
Подготовка к текущему тестированию	10	10	
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25	
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет	

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Электронная коммерция	10	8	2	0
2	Концепция продвижения	4	2	2	0
3	Технологии продвижения в цифровой среде. Инновационные технологии.	10	6	4	0
4	Планирование и организация процесса продвижения	6	4	2	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Введение в электронную коммерцию	2
2	1	Электронная торговля	2
3	1	Электронные торговые площадки	2
4	1	Электронные платежи и система электронных платежей	2
5	2	Продвижение бизнеса: понятие, цели, задачи и функции.	2
6	3	Интернет-маркетинг. Веб-сайт как информационный ресурс компании	2
7	3	Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях	2
8	3	Мобильный маркетинг. Инструменты и преимущества.	2
9	4	Организация и управление процессом продвижения бизнеса. Бюджет	2
10	4	Оценка эффективности продвижения	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Категории электронной коммерции. Электронные торговые площадки	2
2	2	Процесс продвижения. Разбор примеров	2
3	3	Веб-сайт как информационный ресурс компании Поисковая оптимизация и продвижение сайта	2
4	3	Тенденции развития социальных сетей. Бизнес в социальных сетях. SMM	2
5	4	Организация и управление процессом продвижения бизнеса. Оценка эффективности технологий продвижения	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к зачету	Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 170 с. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг :	9	17,75

	учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 504 с.		
Подготовка к практическим занятиям	Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 170 с. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 504 с.	9	24
Подготовка задания самостоятельной работы	Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с.	9	20
Подготовка к текущему тестированию	Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 170 с. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с.	9	10

	Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с Чернышева, А. М. Бренддинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 504 с.		
--	---	--	--

6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	9	Текущий контроль	КРМ 1 - Тест 1	1	15	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов – 15 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 30 минут. Максимальное количество баллов – 15. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60%	зачет
2	9	Текущий контроль	КРМ 2 - Тест 2	1	15	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов – 15 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 30 минут. Максимальное количество баллов – 15. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60%	зачет
3	9	Текущий	КРМ 3	1	20	Максимальный балл – 20: всего 5	зачет

		контроль	практические занятия			<p>практических работ, каждая работа оценивается максимально 4 балла.</p> <p>Весовой коэффициент мероприятия - 1</p> <p>Критерии оценивания выполнения каждой практической работы:</p> <p>4 балла – задание практической работы выполнено полностью, студент активно принимал участие в обсуждении.</p> <p>3 балл - задание практической работы выполнено полностью, но студент не принимал участие в обсуждении;</p> <p>2 балл - задание практической работы выполнено не полностью, но студент активно принимал участие в обсуждении;</p> <p>1 балл - задание практической работы выполнено не полностью и с нарушением графика представления работы.</p> <p>0 баллов – практическая работа не выполнена.</p>	
4	9	Текущий контроль	КРМ 4 сообщение	1	10	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p> <p>Темы сообщения доводятся до студентов в начале семестра.</p> <p>Максимальный балл – 10</p> <p>Критерии оценивания (метод суммирования):</p> <p>0 – Работа не представлена</p> <p>+1 балл – Работа представлена, файл прикреплен в Электронный ЮУрГУ</p> <p>+1 балл – Работа представлена в соответствии с графиком</p> <p>+1 балл – работа оформлена согласно СТО</p> <p>+ 1 балл – объем работы соответствует заданию</p> <p>+1 балл – содержание соответствует заданной теме;</p> <p>+1 балл – тема обдумана студентом, высказано собственное мнение, суждения</p> <p>+1 балл – представлены ссылки на информационные источники</p> <p>+1 балл - приведены примеры</p> <p>+1 балл – информационные источники современные</p> <p>+1 балл – сообщение защищено устно</p>	зачет
5	9	Промежуточная аттестация	КРМ зачет	-	40	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование.</p> <p>Количество вопросов - 40 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой.</p>	зачет

					<p>Время, отводимое на тестирование - 60 минут. Максимальное количество баллов – 40. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Тест выполнен, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60%</p> <p>Итоговый рейтинг по дисциплине формируется на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине больше 60% не зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59%</p>
--	--	--	--	--	---

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов - 40 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 60 минут. Максимальное количество баллов – 40. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Тест выполнен, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60% Итоговый рейтинг по дисциплине формируется на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. Зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине больше 60% не зачтено: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59%</p>	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Оценочные материалы

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	
ПК-6	Знает: - перспективы развития электронной коммерции; - особенности функционирования современных медийных площадок; - систему инструментов интернет-маркетинга; - особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		+			+	+
ПК-6	Умеет: - распределять работы, ресурсы по реализации стратегии интернет-продвижения - составлять систему показателей эффективности интернет-продвижения и корректировать стратегию продвижения в зависимости от них			+	+	+	+
ПК-6	Имеет практический опыт: - выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - оценки эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и корректировки стратегии продвижения			+	+		+

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) *основная литература:*

Не предусмотрена

б) *дополнительная литература:*

Не предусмотрена

в) *отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*

Не предусмотрены

г) *методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете: методические указания / Т.Е. Коновалова, под ред. Ю.В.Асташовой. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 16 с

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете: методические указания / Т.Е. Коновалова, под ред. Ю.В.Асташовой. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 16 с

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 170 с https://urait.ru/bcode/473049
2	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. https://urait.ru/bcode/468986
3	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2016. — 352 с. https://e.lanbook.com/book/70531
4	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с. https://urait.ru/bcode/468861
5	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 504 с https://urait.ru/bcode/487490

6	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. https://urait.ru/bcode/425884
---	---------------------	---------------------------------	--

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	450 (2)	Компьютер с выходом в Интернет и подключением к ЭБС, проектор, экран, доска
Практические занятия и семинары	114-4 (2)	Компьютеры с выходом в Интернет и подключением к ЭБС
Самостоятельная работа студента	114-4 (2)	Компьютеры с выходом в Интернет и подключением к ЭБС
Зачет, диф.зачет	114-4 (2)	Компьютеры с выходом в Интернет и подключением к ЭБС