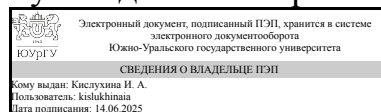


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



И. А. Кислухина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.13 Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете
для направления 38.03.02 Менеджмент

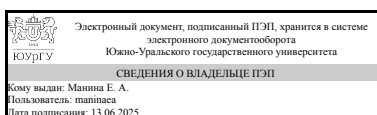
уровень Бакалавриат

форма обучения очная

кафедра-разработчик Экономика, менеджмент и право

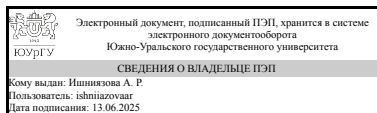
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 970

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



Е. А. Манина

Разработчик программы,
старший преподаватель



А. Р. Ишниязова

1. Цели и задачи дисциплины

Целью курса является формирование у студентов целостной системы знаний о возможностях и основных направлениях данного вида бизнеса. Задачи: изучение основных терминов и понятий, характеризующих коммерческую деятельность в сфере информационных услуг организации, раскрытие взаимосвязи всех понятий и внутренней логики организации информационной деятельности.

Краткое содержание дисциплины

Предмет, цель, задачи, содержание и структура курса "Электронная коммерция". Взаимосвязь курса с другими экономическими дисциплинами. Требования и методические рекомендации по изучению курса и его библиографическое обеспечение. Сущность и объективные предпосылки возникновения электронного бизнеса. Соотношение понятий электронный бизнес, электронная коммерция, электронная торговля, электронное посредничество. Отличительные особенности и тенденции развития электронного бизнеса. Типология предпринимательских процессов на электронном рынке. Сущность и характерные черты электронной коммерции, ее отличия от коммерции традиционной экономики. Основные типы электронной коммерции: Интернет-коммерция, мобильная коммерция, телевизионная коммерция. Общие и отличительные черты электронной коммерции и Интернет-коммерции.

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	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» Умеет: - распределять работы, ресурсы по реализации стратегии интернет-продвижения - составлять систему показателей эффективности интернет-продвижения и корректировать стратегию продвижения в зависимости от них Имеет практический опыт: - выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - оценки эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и корректировки стратегии продвижения

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.О.17 Маркетинг	Не предусмотрены

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

Дисциплина	Требования
1.О.17 Маркетинг	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» Умеет: - распределять работы, ресурсы по реализации стратегии интернет-продвижения- составлять систему показателей эффективности интернет-продвижения и корректировать стратегию продвижения в зависимости от них Имеет практический опыт: - выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;- оценки эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и корректировки стратегии продвижения

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 54,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		4
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	48	48
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	53,75	53,75
Подготовка к зачету	33,75	33.75
Подготовка к практическим занятиям	20	20

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	Тема 1. Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса	10	4	6	0
2	Тема 2. Организационно-технологические основы электронной коммерции в сети Интернет	14	4	10	0
3	Тема 3. Характеристики объектов и субъектов электронной коммерции	14	4	10	0
4	Тема 4. Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг: технологии business-to-consumer	10	4	6	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Тема 1. Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса	4
2	2	Тема 2. Организационно-технологические основы электронной коммерции в сети Интернет	4
4	3	Тема 3. Характеристики объектов и субъектов электронной коммерции	4
6	4	Тема 4. Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг: технологии business-to-consumer	4

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Практическая работа 1. Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса	6
2	2	Практическая работа 2. Организационно-технологические основы электронной коммерции в сети Интернет	6
3	2	Практическая работа 2. Организационно-технологические основы электронной коммерции в сети Интернет	4
4	3	Практическая работа 3. Характеристики объектов и субъектов электронной коммерции	6
5	3	Практическая работа 3. Характеристики объектов и субъектов электронной коммерции	4
6	4	Практическая работа 4. Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг:..	4
7	4	Практическая работа 5. Технологии business-to-consumer	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. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — ISBN 978-5-534-17867-8. — URL: https://urait.ru/bcode/536773 . Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 479 с. — ISBN 978-5-16-018513-2. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2001678 .	4	33,75
Подготовка к практическим занятиям	Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — ISBN 978-5-534-17867-8. — URL: https://urait.ru/bcode/536773 . Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 479 с. — ISBN 978-5-16-018513-2. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2001678 .	4	20

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

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	4	Текущий контроль	Письменный опрос	1	7	1.Электронная коммерция и электронный бизнес 2. Традиционная и электронная коммерция 3. Преимущества экоммерции для фирмы 4. Преимущества экоммерции для потребителя 5. Преимущества экоммерции для общества	зачет
4	4	Текущий контроль	Контрольная работа	1	10	Проверка контрольной работы осуществляется по окончании изучения соответствующего раздела дисциплины.	зачет

						Ответ должен быть выполнен и оформлен в соответствии с требованиями методических указаний кафедры. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Критерии начисления баллов (за каждую контрольную работу): - выполнена верно – 10 баллов - выполнена верно, но имеются недочеты не влияющие на конечный результат – 8 баллов - выполнена верно, в описательной части есть замечания – 6 баллов - есть замечания – 4 балла - есть грубые замечания, но ход выполнения верен – 2 балла - работа не представлена или содержит грубые ошибки – 0 баллов Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 % Максимальное количество баллов – 10.	
5	4	Промежуточная аттестация	Контрольная работа	-	10	Промежуточная аттестация включает два мероприятия: компьютерное тестирование и решение задачи. Контрольные мероприятия промежуточной аттестации проводятся во время экзамена. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Тест состоит из 20 вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 1 час. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов.	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Зачет проводится в устной форме по вопросам. Студент готовится в течении 15-ти минут и устно отвечает не менее чем на 2 вопроса. Для получения зачета студент должен	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	продемонстрировать умение увязывать теорию с практикой, владение понятийным аппаратом, обосновывать свои суждения и давать правильные ответы на вопросы преподавателя. Неполучение зачета происходит в случае, если студент допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал, делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя Зачтено: рейтинг обучающегося больше или равен 60 % Не зачтено: рейтинг обучающегося менее 60 %	
--	--	--

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ		
		1	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	+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому 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. Методические указания для выполнения СРС по дисциплине "Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете". / Сост. А.Р. Ишниязова. Нижневартовск. -2025.- с.8

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Методические указания для выполнения СРС по дисциплине "Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете"./ Сост. А.Р. Ишниязова. Нижневартонск. -2025.- с.8

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Образовательная платформа ЮРАЙТ (Нижневартонск)	Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — ISBN 978-5-534-17867-8. — URL: https://urait.ru/bcode/536773 .
2	Основная литература	Электронно-библиотечная система Znanium.com	Лапидус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лапидус. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 479 с. — ISBN 978-5-16-018513-2. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2001678 . https://znanium.ru/catalog/product/2001678 .
3	Дополнительная литература	ЭБС издательства Лань	Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие для вузов / А. Г. Сковиков. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2021. — 260 с. — ISBN 978-5-8114-6857-7. — URL: https://e.lanbook.com/book/152653 .
4	Дополнительная литература	ЭБС издательства Лань	Береговая, И. Б. Электронная коммерция : учебное пособие / И. Б. Береговая. — Оренбург : ОГУ, 2018. — 129 с. — ISBN 978-5-7410-2361-7. — URL: https://e.lanbook.com/book/159807 .

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -Консультант Плюс (Нижневартонск)(31.12.2025)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции		Учебно-административное здание Учебная лаборатория Инновационного бизнеса и предпринимательства, ауд. 240 Оборудование и технические средства обучения: 1. Комплект компьютерного оборудования (системный блок, монитор, клавиатура, мышь) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к ЭИОС Университета – 6 шт. 2. Телевизор (плазма) – 1 шт. 3. Колонки – 1 шт. Имущество: 1. Стол трапеция – 6 шт. 2. Стул мягкий – 17 шт. 3. Стол компьютерный – 6 шт. 4. Стул компьютерный – 6 шт. 5. Подставка под монитор – 6 шт. 6. Стойка для телевизора – 1 шт. 7. Диван – 1 шт. 8. Тумба – 1 шт. 9. Выкатная тумба – 1 шт. 10. Доска - 1 шт.
Практические		Учебно-административное здание Учебная лаборатория Инновационного

занятия и семинары	бизнеса и предпринимательства, ауд. 240 Оборудование и технические средства обучения: 1. Комплект компьютерного оборудования (системный блок, монитор, клавиатура, мышь) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к ЭИОС Университета – 6 шт. 2. Телевизор (плазма) – 1 шт. 3. Колонки – 1 шт. Имущество: 1. Стол трапеция – 6 шт. 2. Стул мягкий – 17 шт. 3. Стол компьютерный – 6 шт. 4. Стул компьютерный – 6 шт. 5. Подставка под монитор – 6 шт. 6. Стойка для телевизора – 1 шт. 7. Диван – 1 шт. 8. Тумба – 1 шт. 9. Выкатная тумба – 1 шт. 10. Доска - 1 шт.
--------------------	--