

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 09.04.2024 16:32:10
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной
программы

_____ А.А.Габудина

« _____ » _____ 2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: **Электронная коммерция**

направление подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»

направленность (профиль): Управление процессами в коммерческой
деятельности

форма обучения: очная

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры «Управление строительством и ЖКХ»

Протокол № 1 от 31.08.2023

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины - состоит в формировании у обучающихся системы базовых знаний в области электронной коммерции и подготовки к их использованию в профессионально-практической деятельности бакалавра.

Задачи дисциплины:

- определения роли электронной коммерции и электронной торговли в формировании и развитии «цифровой экономики»;
- освоение основ коммерческой деятельности применительно к on-line сфере товарного обращения;
- изучение нормативно-правовой базы государственного регулирования и контроля коммерческой деятельности в Интернете;
- исследования особенностей логистики электронной коммерции;
- выявления причин, препятствующих развитию электронной коммерции, и ее перспектив;
- изучение характеристик новых форм электронной коммерции: B2C, C2B, B2G, как основных форм коммуникаций при формировании основ новой бизнес-системы, в центре которой стоит не производство и производитель, а потребитель и проблема реализации продукта;
- изучение способа построения взаимодействия с клиентами долгосрочных взаимоотношений на основе (Customer Relationship Management CRM).

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

знать:

- теоретические основы электронной коммерции и составляющие системы коммуникаций в коммерции и логистике;
- формы и инструменты электронной торговли;
- основные модели в электронной коммерции: B2B, B2C.
- особенности управления коммуникациями через создание web-сайтов;
- нормативно-правовое обеспечение электронной торговли;
- способы оценки эффективности электронной торговли;

основы безопасности электронной коммерции,

уметь:

- анализировать основные проблемы развития электронной торговли в России и за рубежом;
- использовать различные классификаторы информации при управлении коммуникациями;
- формулировать задачу развития системы коммуникаций на оптовом и розничном рынках

владеть:

- методами анализа типовой структуры электронных магазинов;
- методами сравнительного анализа электронных площадок;

навыками проверки индексации и посещаемости сайтов

Содержание дисциплины служит основой для освоения дисциплин: Управление инновациями в коммерции и логистике, управление предпринимательскими рисками.

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-1 Способен осуществлять закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	ПКС-1.1 Составляет планы и обосновывает закупки	Знать: (З.1.1.): основные теоретические и практические аспекты коммерческой деятельности онлайн-торговли (настройка web-сайтов с помощью конструктора сайтов)
		Уметь: (У.1.1): подавать заявки и осуществлять сделки через Интернет-сайты электронных закупок
		Владеть: (В.1.1.) принимать решения по направлениям электронной коммерции с использованием электронного конструктора
	ПКС-1.2 Осуществляет процедуры закупок	Знать: (З.1.2.) основы построения взаимодействия с клиентами долгосрочных взаимоотношений на основе (Customer Relationship Management CRM)
Уметь: (У1.2.) осуществлять экспертно-аналитические операции по анализу различных сегментов электронного рынка на основе исследования больших данных (сайт Федеральная служба государственной статистики и др. официальные источники)		
Владеть: (В.1.2.) навыками использования современных информационных технологий в решении задач коммерции на электронном рынке (настройка Интернет-магазина с помощью конструктора, Ecwid и др)		
ПКС-4 Способен к подготовке и проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКС-4.1 Готовит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать: (З.1.3.) основные модели в электронной коммерции: B2B, B2C (создание чат-ботов в социальных сетях и мессенджерах с помощью конструктора);
		Уметь: (У.1.3.): составлять отчеты проведенных исследований на электронных торговых площадках с онлайн-доступом (Яндекс – таблицы и др.)
		Владеть: (В.1.3.) принимать решения по направлениям электронной коммерции с использованием электронного конструктора
ПКС-4.2 Организует проведение	ПКС-4.2 Организует проведение	Знать: (З.1.4) инструменты настройки анализа работы

	маркетингового исследования и обеспечивает использование его результатов в управленческой деятельности	сайтов для маркетингового исследования рынка продаж
		Уметь: (У.1.4) настраивать Яндекс метрик и другие счетчики маркетинг-анализа
		Владеть: (В.1.4) способностью анализа результатов маркетингового исследования с помощью электронных инструментов сайтов и приложений

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/семестр	Аудиторные занятия, час.			Контроль, час	Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
очная	4/7	18	-	34	36	20	экзамен

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

- очная форма обучения

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	Теоретические основы электронной коммерции	1		2	4	7	3.1.1., 3.1.2., 3.1.3., У1.1., В.1.1., В.1.2., В.1.3.,	Тест, работа в малых группах, групповые презентации
2	2	Формы электронной торговли	2		2	4	8	3.1.1., 3.1.2., 3.1.3., У1.1., В.1.1., В.1.2., В.1.3.	Тест, опрос, работа в малых группах
3	3	Инструменты электронной коммерции	3		6	2	11	3.1.1., 3.1.2., 3.1.3., У1.1., У.1.2, В.1.1., В.1.2., В.1.3, 3.1.4, У.1.4, В.1.4	Тест, опрос, работа в малых группах
4	4	Модель В2В в электронной коммерции	3		6	1	10	3.1.1., 3.1.2., 3.1.3., У1.1., У.1.3., В.1.1., В.1.2., 3.1.4, У.1.4, В.1.4	Тест, опрос, работа в малых группах
5	5	Модель В2С-бизнес, ориентированный на	3		6	1	10	3.1.1., 3.1.2., 3.1.3., У1.1.,	Тест, опрос, работа в

		конечных потребителей.						У1.2., В.1.1., В.1.2., В.1.3., 3.1.4, У.1.4, В.1.4	малых группах
6	6	Организационные аспекты электронной торговли через создание web-сайтов	3		6	2	11	3.1.1., 3.1.2., 3.1.3., У1.1., У1.3. В.1.1., В.1.2., 3.1.4, У.1.4, В.1.4	Тест, опрос, работа в малых группах
7	7	Нормативно-правовое обеспечение электронной торговли	1		2	2	5	3.1.1., 3.1.2., 3.1.3., У1.1., У.1.2 В.1.1., В.1.2.	Тест, опрос
8	8	Эффективность электронной торговли	1		2	2	5	3.1.1., 3.1.2., 3.1.3., У1.1., В.1.1., В.1.2., 3.1.4, У.1.4, В.1.4	Тест, расчетные задачи
9	9	Безопасность электронной коммерции	1		2	2	5	3.1.1., 3.1.2., 3.1.3., У1.1., В.1.1., В.1.2.	Тест, опрос
10	экзамен		-	-	-	36	36		Тест
Итого:			18	-	34	56	108		

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции.

Понятие электронного и традиционного бизнеса. Электронная коммерция как форма ведения бизнеса. Электронные транзакции и их классификация. Факторы развития электронной коммерции и управления деловыми коммуникациями на оптовом и розничном рынках. Бизнес-модели электронной коммерции. Основные проблемы развития электронной торговли в России и зарубежом.

Раздел 2. Формы электронной торговли.

Особенности коммуникаций при организации и участии в электронных аукционах, корпоративных порталах. Составные элементы электронного аукциона. Классификация электронных аукционов. Электронные торговые площадки: их классификация, экономическая основа функционирования. Основные требования к характеристикам электронных магазинов. Системы электронной коммерции в секторах С2G и G2B. Основные способы оплаты товаров и услуг и электронные платежные средства. Безопасность платежей в Интернете.

Раздел 3. Инструменты электронной коммерции

Классификаторы информации. Стандарты, регламентирующие работу с данными, используемыми для формирования электронных сообщений. Инструменты интернет-маркетинга. Автоматизированные системы электронной коммерции

Раздел 4. Модель B2C-бизнес, ориентированный на конечных потребителей

Классификация систем B2C: Торговые ряды, Интернет-витрины, Интернет-магазины. Структура B2C -предприятия. Управление интернет-магазином. Качество обслуживания в интернет-магазине. Услуги Интернета. Интернет-банкинг и трейдинг. Туристические услуги. Интернет-страхование. Образовательные системы в Интернете. Коммуникативные услуги в Интернете. Логистика электронной коммерции на рынке B2C.

Раздел 5. Модель В2В в электронной коммерции

Факторы, повышающие эффективность бизнес-операций. Организация закупок через Интернет. Развитие сектора В2В в России. Торговые площадки создаваемые покупателями (buyer-driven), продавцами (supplier-driver) и третьей стороной (third-party-driven). Понятие «онлайн-каталог», «аукцион», «интернет-биржа». Факторы развития межкорпоративного электронного бизнеса. Логистика электронной коммерции на рынке В2В.

Раздел 6. Организационные аспекты электронной торговли через создание web-сайтов.

Технические аспекты создания web-сайтов. IP-адрес и доменное имя. Выбор хостинга. Тестирование сайта. Продвижение коммерческого сайта: SEO ; SEN; SEA .

Раздел 7. Нормативно-правовое обеспечение электронной торговли

ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», ФЗ «Об электронной цифровой подписи». Механизм применения ЭЦП. Регулирование деятельности интернет-провайдеров и сервис-провайдеров ФЗ « О связи»

Раздел 8. Эффективность электронной торговли

Понятие эффективности электронной коммерции. Технические, организационные и экономические аспекты оценки эффективности интернет-проектов. Методы оценки эффективности систем электронной коммерции. Оценка эффективности вложений в информационные технологии.

Раздел 9. Безопасность электронной коммерции

Виды и источники угроз электронной коммерции. Риски в электронной коммерции.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Объем, час.	Тема лекции
	ОФО	
1	1	Теоретические основы электронной коммерции
2	2	Формы электронной торговли
3	3	Инструменты электронной коммерции
4	3	Модель В2С-бизнес, ориентированный на конечных потребителей.
5	3	Модель В2В в электронной коммерции
6	3	Организационные аспекты электронной торговли через создание web-сайтов
7	1	Нормативно-правовое обеспечение электронной торговли
8	1	Эффективность электронной торговли
9	1	Безопасность электронной коммерции
итого	18	

Практические занятия

Практические занятия не предусмотрены учебным планом

Лабораторные работы

Таблица 5.2.2

№ п/п	Объем, час.	Тема лабораторных работ
	ОФО	
1	2	Оценка предприятий электронной коммерции сектора В2С
2	2	Поиск торгов и закупок по определенным регионам и группам товаров/услуг

3	6	Основные элементы Интернет-проектов и разработка структуры сайта
4	6	Настройка Интернет - ресурсов для коммерции сектора B2G
5	6	Создание классификатора для коммерции сектора B2B
6	6	Коммуникационные средства в сети Интернет
7	2	Проблемы налогообложения электронной торговли
8	2	Расчет эффективности электронной торговли
9	2	Создание безопасной базы данных
Итого:	34	

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Объем, час.	Тема	Вид СРС
	ОФО		
1	4	Теоретические основы электронной коммерции	Подготовка презентации
2	4	Формы электронной торговли	Выполнение домашнего задания
3	2	Инструменты электронной коммерции	Подготовка к лабораторной работе
4	1	Модель B2C-бизнес, ориентированный на конечных потребителей.	Подготовка к лабораторной работе
5	1	Модель B2B в электронной коммерции	Подготовка к лабораторной работе
6	2	Организационные аспекты электронной торговли через создание web-сайтов	Выполнение домашнего задания
7	2	Нормативно-правовое обеспечение электронной торговли	Подготовка к лабораторной работе
8	2	Эффективность электронной торговли	Подготовка к лабораторной работе
9	2	Безопасность электронной коммерции	Выполнение домашнего задания
10	36	-	Подготовка к экзамену
Итого	56		

** Темы теоретического курса, запланированные для самостоятельного освоения*

1. Системы электронной коммерции в секторах B2G и G2B.
2. Основные способы оплаты товаров и услуг и электронные платежные средства.
3. Безопасность платежей в Интернете.
4. Стандарты, регламентирующие работу с данными, используемыми для формирования электронных сообщений.
5. Развитие сектора B2B в России.
6. Торговые площадки создаваемые покупателями (buyer-driven), продавцами (supplier-driver) и третьей стороной (third-party-driven).
7. Интернет-банкинг и трейдинг.
8. Туристические услуги. Интернет-страхование.
9. Образовательные системы в Интернете.
10. Коммуникативные услуги в Интернете

11. Регулирование деятельности интернет-провайдеров и сервис-провайдеров Ф3 « О связи»
12. Риски в электронной коммерции.
13. Повышение конкурентоспособности торгового предприятия при использовании смешанного способа торговли.
14. Разновидности электронных торговых площадок.
15. Понятие информационной системы в российском законодательстве.
16. Организация торгово-технологического процесса в розничной интернет-торговле.
17. Организации расчетов при использовании электронных денег.

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия);
- метод проектов (лабораторные работы).

6. Тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены

7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены

8. Оценка результатов освоения учебной дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1., 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1 текущая аттестация		
1	Защита презентации	0-5
2	Выполнение/защита лабораторных работ	0-10
3	Тестирование	0-15
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	0-30
2 текущая аттестация		
5	Индивидуальные задания	0-10
6	Выполнение/защита лабораторных работ	0-10
7	Тестирование	0-10
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	0-30
3 текущая аттестация		
8	Индивидуальные задания	0-10
9	Выполнение/защита лабораторных работ	0-10
10	Тестирование	0-20
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	0-40
	ВСЕГО	0-100

1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека Тюменского индустриального университета <http://webirbis.tsogu.ru/>
- научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ Нефти и газа (НИУ) им. И.М. Губкина <http://elib.gubkin.ru/>
- научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГНТУ <http://bibl.rusoil.net>
- научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО «Ухтинский государственный технический университет» <http://lib.ugtu.net/books>
- ООО «ЭБС ЛАНЬ» <http://e.lanbook.com>
- ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» www.biblio-online.ru
- ООО «РУНЭБ» <http://elibrary.ru/>
- электронно-библиотечная система BOOK.ru <https://www.book.ru>
- Консультант-плюс <http://www.consultant.ru/>
- Роскомстат <https://rosstat.gov.ru/>

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8.
3. Свободно распространяемое ПО (skipe, aimylogic, bitrix24, tilda, ecwid, abbyu, creately, dropbox и др.)

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	Электронная	Лекционные занятия:	

коммерция	<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран. Программное обеспечение: Microsoft Office Professional Plus, Договор №7810 от 14.09.2021 до 13.09.2022; Microsoft Windows, Договор №7810 от 14.09.2021 до 13.09.2022; Zoom (бесплатная версия), Свободно- распространяемое ПО</p>	625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Луначарского, д.4
	<p>Лабораторные работы</p> <p>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Учебная лаборатория. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Адаптер №1,2 -2шт, Адаптер №3,4-2шт, Измеритель ИПМ-101-1шт,Измеритель ПЗ-50В-1шт,Измеритель Циклон 05М- 1шт,Счетчик аэроионов МАС-01-1шт,Термоанемометр Testo- 425-1шт,Термогигр. ИВА-6А-1шт,Анемометр Testo-415- 1шт,Аспиратор Бриз-1-1шт,Виброметр Октава 101В-1шт,Лабораторная установка БЖ-1-1шт,Лабораторный стенд БЖ7/1-1шт,Лабораторный стенд «Защит.зазем.и занул. «БЖ6/2»-1шт,Люксметр яркометр ТКА-04/3-1шт,Люксметр БЖ-1 -1шт,Прибор контроля прогрева бетона «Терем-3.2»- 1шт,Пробоотборное устройство ПУ-4Э-1шт,Спирометр SpiroUSB-1шт,УФ-радиометр ТКА-ПКМ-1шт,Шумомер Октава 101А-1шт,Манекен мужской М-14-1шт,Компьютерный практикум «Радиац.безоп.»-1шт,Прибор «ТКА-ПКМ» модель 24-1шт,Стенд БЖД-06/02-1шт,Тренажер неотложной помощи «ЭЛЕКТ»-1шт,Стенды ПО ГО-4шт,Кушетка медицинская - 1шт,Авт. изм. артер. давл.-4шт, Микроскоп Биомед С-2-1шт.</p>	625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Луначарского, д.2, корп.1

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Электронная коммерция

Код, направление подготовки 38.03.06. Торговое дело

Направленность (профиль) Управление процессами в коммерческой деятельности

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
ПКС-1 Способен осуществлять закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	ПКС-1.1 Составляет планы и обосновывает закупки	Знать: основные теоретические и практические аспекты коммерческой деятельности онлайн-торговли (настройка web-сайтов с помощью конструктора сайтов)	Не демонстрирует знание основные теоретические и практические аспекты коммерческой деятельности онлайн-торговли (настройка web-сайтов с помощью конструктора сайтов)	Демонстрирует неполные знания основные теоретические и практические аспекты коммерческой деятельности онлайн-торговли (настройка web-сайтов с помощью конструктора сайтов)	Демонстрирует достаточные знания основные теоретические и практические аспекты коммерческой деятельности онлайн-торговли (настройка web-сайтов с помощью конструктора сайтов)	Демонстрирует исчерпывающие знания основные теоретические и практические аспекты коммерческой деятельности онлайн-торговли (настройка web-сайтов с помощью конструктора сайтов)
		Уметь: подавать заявки и осуществлять сделки через Интернет-сайты электронных закупок	Не умеет подавать заявки и осуществлять сделки через Интернет-сайты электронных закупок	Умеет подавать заявки и осуществлять сделки через Интернет-сайты электронных закупок, допуская ряд ошибок	Умеет подавать заявки и осуществлять сделки через Интернет-сайты электронных закупок, допуская незначительные неточности	В совершенстве умеет подавать заявки и осуществлять сделки через Интернет-сайты электронных закупок

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
		Владеть: принимать решения по направлениям электронной коммерции с использованием электронного конструктора	Не владеет : принимать решения по направлениям электронной коммерции с использованием электронного конструктора	Владеет : принимать решения по направлениям электронной коммерции с использованием электронного конструктора, допуская ряд ошибок	Владеет : принимать решения по направлениям электронной коммерции с использованием электронного конструктора, допуская незначительные неточности	В совершенстве владеет : принимать решения по направлениям электронной коммерции с использованием электронного конструктора
	ПКС-1.2 Осуществляет процедуры закупок	Знать: основы построения взаимодействия с клиентами долгосрочных взаимоотношений на основе (Customer Relationship Management CRM)	Не демонстрирует знание основы построения взаимодействия с клиентами долгосрочных взаимоотношений на основе (Customer Relationship Management CRM)	Демонстрирует неполные знания основы построения взаимодействия с клиентами долгосрочных взаимоотношений на основе (Customer Relationship Management CRM)	Демонстрирует достаточные знания основы построения взаимодействия с клиентами долгосрочных взаимоотношений на основе (Customer Relationship Management CRM)	Демонстрирует исчерпывающие знания основы построения взаимодействия с клиентами долгосрочных взаимоотношений на основе (Customer Relationship Management CRM)

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
		Уметь осуществлять экспертно-аналитические операции по анализу различных сегментов электронного рынка на основе исследования больших данных (сайт Федеральная служба государственной статистики и др. официальные источники)	Не умеет осуществлять экспертно-аналитические операции по анализу различных сегментов электронного рынка на основе исследования больших данных (сайт Федеральная служба государственной статистики и др. официальные источники)	Умеет осуществлять экспертно-аналитические операции по анализу различных сегментов электронного рынка на основе исследования больших данных (сайт Федеральная служба государственной статистики и др. официальные источники) , допуская ряд ошибок	Умеет осуществлять экспертно-аналитические операции по анализу различных сегментов электронного рынка на основе исследования больших данных (сайт Федеральная служба государственной статистики и др. официальные источники) , допуская незначительные неточности	В совершенстве умеет осуществлять экспертно-аналитические операции по анализу различных сегментов электронного рынка на основе исследования больших данных (сайт Федеральная служба государственной статистики и др. официальные источники)

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
		Владеть: навыками использования современных информационных технологий в решении задач коммерции на электронном рынке (настройка Интернет-магазина с помощью конструктора, Eswid и др)	Не владеет навыками использования современных информационных технологий в решении задач коммерции на электронном рынке (настройка Интернет-магазина с помощью конструктора, Eswid и др)	Владеет навыками использования современных информационных технологий в решении задач коммерции на электронном рынке (настройка Интернет-магазина с помощью конструктора, Eswid и др), допуская ряд ошибок	Владеет навыками использования современных информационных технологий в решении задач коммерции на электронном рынке (настройка Интернет-магазина с помощью конструктора, Eswid и др), допуская незначительные неточности	В совершенстве владеет навыками использования современных информационных технологий в решении задач коммерции на электронном рынке (настройка Интернет-магазина с помощью конструктора, Eswid и др)

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
ПКС-4 Способен к подготовке и проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКС-4.1 Готовит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Знать: основные модели в электронной коммерции: B2B, B2C (создание чат-ботов в социальных сетях и мессенджерах с помощью конструктора)	Не демонстрирует знание основные модели в электронной коммерции: B2B, B2C (создание чат-ботов в социальных сетях и мессенджерах с помощью конструктора)	Демонстрирует неполные знания основные модели в электронной коммерции: B2B, B2C (создание чат-ботов в социальных сетях и мессенджерах с помощью конструктора)	Демонстрирует достаточные знания основные модели в электронной коммерции: B2B, B2C (создание чат-ботов в социальных сетях и мессенджерах с помощью конструктора)	Демонстрирует исчерпывающие знания основные модели в электронной коммерции: B2B, B2C (создание чат-ботов в социальных сетях и мессенджерах с помощью конструктора)
		Уметь: составлять отчеты проведенных исследований на электронных торговых площадках с онлайн-доступом (Яндекс – таблицы и др.)	Не умеет составлять отчеты проведенных исследований на электронных торговых площадках с онлайн-доступом (Яндекс – таблицы и др.)	Умеет составлять отчеты проведенных исследований на электронных торговых площадках с онлайн-доступом (Яндекс – таблицы и др.), допуская ряд ошибок	Умеет составлять отчеты проведенных исследований на электронных торговых площадках с онлайн-доступом (Яндекс – таблицы и др.), допуская незначительные неточности	В совершенстве умеет составлять отчеты проведенных исследований на электронных торговых площадках с онлайн-доступом (Яндекс – таблицы и др.)

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
		Владеть: принимать решения по направлениям электронной коммерции с использованием электронного конструктора	Не владеет принимать решения по направлениям электронной коммерции с использованием электронного конструктора	Владеет принимать решения по направлениям электронной коммерции с использованием электронного конструктора, допуская ряд ошибок	Владеет принимать решения по направлениям электронной коммерции с использованием электронного конструктора, допуская незначительные неточности	В совершенстве владеет принимать решения по направлениям электронной коммерции с использованием электронного конструктора
	ПКС-4.2 Организует проведение маркетингового исследования и обеспечивает использование его результатов в управленческой деятельности	Знать: инструменты настройки анализа работы сайтов для маркетингового исследования рынка продаж	Не демонстрирует знание инструменты настройки анализа работы сайтов для маркетингового исследования рынка продаж	Демонстрирует неполные знания инструменты настройки анализа работы сайтов для маркетингового исследования рынка продаж	Демонстрирует достаточные знания инструменты настройки анализа работы сайтов для маркетингового исследования рынка продаж	Демонстрирует исчерпывающие знания инструменты настройки анализа работы сайтов для маркетингового исследования рынка продаж
		Уметь: настраивать Яндекс метрик и другие счетчики маркетинг-анализа	Не умеет настраивать Яндекс метрик и другие счетчики маркетинг-анализа	Умеет настраивать Яндекс метрик и другие счетчики маркетинг-анализа, допуская ряд ошибок	Умеет настраивать Яндекс метрик и другие счетчики маркетинг-анализа, допуская незначительные неточности	В совершенстве умеет настраивать Яндекс метрик и другие счетчики маркетинг-анализа

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
		Владеть: способностью анализа результатов маркетингового исследования с помощью электронных инструментов сайтов и приложений	Не владеет способностью анализа результатов маркетингового исследования с помощью электронных инструментов сайтов и приложений	Владеет способностью анализа результатов маркетингового исследования с помощью электронных инструментов сайтов и приложений, допуская ряд ошибок	Владеет способностью анализа результатов маркетингового исследования с помощью электронных инструментов сайтов и приложений, допуская незначительные неточности	В совершенстве владеет способностью анализа результатов маркетингового исследования с помощью электронных инструментов сайтов и приложений

**КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина **Электронная коммерция**

Код, направление **38.03.06 Торговое дело**

Направленность **Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности**

№ п/п	Название учебного и учебно-методического издания, автор, издательство, вид, год издания	Кол-во экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обуч-ся литер-ой, %	Наличие эл. варианта в ЭБС ТИУ
1	Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14897-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/485411	ЭР*	30	100	+
2	Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425884	ЭР*	30	100	+
3	Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/474772	ЭР*	30	100	+

*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru>.