

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 27.04.2024 12:22:58
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d80589f2d817401d

6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ СЕРВИСА И ОТРАСЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЕ СТРОИТЕЛЬСТВОМ И ЖКХ

УТВЕРЖДАЮ:

Председатель КСН

 В.В. Пленкина

« 30 » 08 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Электронная коммерция

направление подготовки/специальность: 38.03.06 Торговое дело


направленность/специализация: Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности

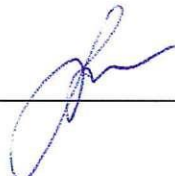
форма обучения: очная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом 30.08.2021 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность/профиль «Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности» к результатам освоения дисциплины «Электронная коммерция»

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры управление строительством и ЖКХ
Протокол № 1 от «30» августа 2021 г.

Заведующий кафедрой
управление строительством и ЖКХ  Е.Г. Матыс

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель образовательной программы  А.А. Габудина
«30»  2021 г.

Рабочую программу разработал:
Л.Д. Петренко, доцент, канд. экон. наук. 

1. Цели и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование системного подхода к теоретическим основам и практическим аспектам реализации электронной коммерции как интегрированному направлению, охватывающему обширный круг вопросов стратегического и операционного бизнеса, развивающихся на электронном рынке в сочетании с широким диапазоном новых возможностей информационных технологий.

Задачи дисциплины:

- изучение современных типологий электронной коммерции;
- исследование технических и программных средств, применяемых в электронной коммерции;
- овладение техническими навыками, связанными с использованием современных информационно-коммуникационных технологий в коммерции.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Электронная коммерция» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки "Торговое дело".

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

знание:

- проблемы, решение которых напрямую связано с достижением цели и способы решения поставленных задач функционирования коммерческого предприятия.

умения:

- определять имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы в рамках поставленных задач.

владение:

- навыками решения и оценки поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами, контроля и, при необходимости, их корректировки

Знания по дисциплине «Электронная коммерция» необходимы обучающимся данного направления для усвоения знаний по следующим дисциплинам: Организация и управление коммерческой деятельностью, Логистика закупок и распределения, Управление взаимоотношениями с клиентами, Организация управления интернет-продажами, Инновации в коммерческой деятельности.

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
ПКС-1 Способен осуществлять закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	ПКС-1.2 Осуществляет процедуры закупок	Знать: (З.1) Знать классы (категории) ведения электронной коммерции; типы и виды электронных площадок для закупок
		Уметь: (У.1) выбрать электронную торговую площадку для процедуры закупок
		Владеть: (В.1) навыком подбора интернет-посредников в электронной торговле

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
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) Знать маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы
		Уметь: (У.1) использовать сервисные программы для оценки потребительской ценности; информационные системы для исследования потребителей
		Владеть: (В.1) навыком выбора электронной площадки для целей маркетинга

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практически е занятия	Лабораторны с занятия		
очная	2/4	18	-	34	20	экзамен

1. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

Таблица 5.1.1

№ п/ п	Структура дисциплины/модуля		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего , час.	Код ИДК	Оценочн ые средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	Категории электронного бизнеса	6	-	10	6	22	ПКС-1.2	Учебный проект
2	2	Электронные платежные системы. Преступность в Интернете. Способы защиты	6	-	12	6	24	ПКС-1.2; ПКС-4.1	Решение задач
3	3	Интернет-реклама. Структура, этапы, проблемы реализации комплексной рекламной компании в Интернете	6	-	12	8	26	ПКС-4.1	Решение задач
...	Экзамен						36	ПКС-1.2; ПКС-4.1	Вопросы к экзамену
Итого:			18	-	34	20	108		

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины.

Раздел 1. Категории электронного бизнеса

Системы торговой коммерции в корпоративном секторе (B2B). Торгово-закупочные B2B-системы. CRM-системы. SCM-системы. Корпоративные представительства в Интернете. Электронные биржи. Виртуальные предприятия. Мобильная коммерция. Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Интернет-магазины. Туристические компании в Интернете. Интернет-страхование. Интернет-трейдинг. Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C). Интернет-аукционы. Системы Peer-to-Peer. Система электронной коммерции в секторе взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C и G2B). Понятие электронного правительства. Предоставление налоговой отчетности через Интернет. Государственные электронные торгово-закупочные площадки.

Раздел 2. Электронные платежные системы. Преступность в Интернете. Способы защиты

Электронные платежные системы. Развитие технологий электронных платежей. Мошенничество в Интернете. Киберпреступность: кардинг, скимминг, уивинг, фишинг и способы защиты от них.

Раздел 3. Интернет-реклама. Структура, этапы, проблемы реализации комплексной рекламной компании в Интернете

Понятие и структура Интернет-маркетинга. Основные тенденции и факторы развития технологий Интернет-маркетинга. Основные термины Интернет-маркетинга. Анонсирование в поисковых системах, поисковая реклама и поисковая оптимизация. Понятие поисковой системы, принципы ее работы. Понятие и цели поисковой оптимизации, ее актуальность. Основные термины поисковой оптимизации. Критерии, используемые поисковыми системами для ранжирования результатов поиска и соответствующие им методы поисковой оптимизации. Релевантность документа, способы ее вычисления. Правила достижения наибольшей релевантности. Ключевые слова и семантическое ядро сайта. Инструменты управления сниппетами. Правила поисковой оптимизации. Понятие интернет-рекламы. Структура, этапы и проблемы реализации комплексной рекламной компании в Интернете. Выбор площадок для рекламы и форматов. Размещение рекламы и сбор статистики. Контекстная реклама. Составление рекламного объявления. Таргетинг.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем	Тема лекции
		, час. ОФО	
1	Категории электронного бизнеса	6	Системы торговой коммерции в корпоративном секторе (B2B). Торгово-закупочные B2B-системы. CRM-системы. SCM-системы. Корпоративные представительства в Интернете. Электронные биржи. Виртуальные предприятия. Мобильная коммерция. Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Интернет-магазины. Туристические компании в Интернете. Интернет-страхование. Интернет-трейдинг. Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C). Интернет-аукционы. Системы Peer-to-Peer. Система

			электронной коммерции в секторе взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C и G2B). Понятие электронного правительства. Предоставление налоговой отчетности через Интернет. Государственные электронные торгово-закупочные площадки.
2	Электронные платежные системы. Преступность в Интернете. Способы защиты	6	Электронные платежные системы. Развитие технологий электронных платежей. Мошенничество в Интернете. Киберпреступность: кардинг, скиминг, уивинг, фишинг и способы защиты от них.
3	Интернет-реклама. Структура, этапы, проблемы реализации комплексной рекламной компании в Интернете	6	Понятие и структура Интернет-маркетинга. Основные тенденции и факторы развития технологий Интернет-маркетинга. Основные термины Интернет-маркетинга. Анонсирование в поисковых системах, поисковая реклама и поисковая оптимизация. Понятие поисковой системы, принципы ее работы. Понятие и цели поисковой оптимизации, ее актуальность. Основные термины поисковой оптимизации. Критерии, используемые поисковыми системами для ранжирования результатов поиска и соответствующие им методы поисковой оптимизации. Релевантность документа, способы ее вычисления. Правила достижения наибольшей релевантности. Ключевые слова и семантическое ядро сайта. Инструменты управления сниппетами. Правила поисковой оптимизации. Понятие интернет-рекламы. Структура, этапы и проблемы реализации комплексной рекламной компании в Интернете. Выбор площадок для рекламы и форматов. Размещение рекламы и сбор статистики. Контекстная реклама. Составление рекламного объявления. Таргетинг.
Итого:		18	

Практические занятия

Практические занятия учебным планом не предусмотрены

Лабораторные работы

Таблица 5.2.2

№ п / п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема практического занятия
		ОФО	
1	Категории электронного бизнеса	10	Системы торговой коммерции в корпоративном секторе (B2B). Торгово-закупочные B2B-системы. CRM-системы. SCM-системы. Корпоративные представительства в Интернете. Электронные биржи. Виртуальные предприятия. Мобильная коммерция. Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Интернет-магазины. Туристические компании в Интернете. Интернет-страхование. Интернет-трейдинг. Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C). Интернет-аукционы. Системы Peer-to-Peer. Система электронной коммерции в секторе взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C и G2B). Понятие электронного правительства. Предоставление налоговой отчетности через

			Интернет. Государственные электронные торгово-закупочные площадки.
2	Электронные платежные системы. Преступность в Интернете. Способы защиты	12	Электронные платежные системы. Развитие технологий электронных платежей. Мошенничество в Интернете. Киберпреступность: кардинг, скиминг, уивинг, фишинг и способы защиты от них.
3	Интернет-реклама. Структура, этапы, проблемы реализации комплексной рекламной компании в Интернете	12	Понятие и структура Интернет-маркетинга. Основные тенденции и факторы развития технологий Интернет-маркетинга. Основные термины Интернет-маркетинга. Анонсирование в поисковых системах, поисковая реклама и поисковая оптимизация. Понятие поисковой системы, принципы ее работы. Понятие и цели поисковой оптимизации, ее актуальность. Основные термины поисковой оптимизации. Критерии, используемые поисковыми системами для ранжирования результатов поиска и соответствующие им методы поисковой оптимизации. Релевантность документа, способы ее вычисления. Правила достижения наибольшей релевантности. Ключевые слова и семантическое ядро сайта. Инструменты управления сниппетами. Правила поисковой оптимизации. Понятие интернет-рекламы. Структура, этапы и проблемы реализации комплексной рекламной компании в Интернете. Выбор площадок для рекламы и форматов. Размещение рекламы и сбор статистики. Контекстная реклама. Составление рекламного объявления. Таргетинг.
Итого:		34	

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема	Вид СРС
		ОФО		
1	1	6	Категории электронного бизнеса	Разработка учебного проекта №1
2	2	6	Электронные платежные системы. Преступность в Интернете. Способы защиты	Изучение теоретического материала по разделу, нормативно-правовых документов, подготовка к практическим занятиям
3	3	8	Интернет-реклама. Структура, этапы, проблемы реализации комплексной рекламной компании в Интернете	Изучение теоретического материала по разделу, нормативно-правовых документов, подготовка к практическим занятиям
Итого:		20		

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

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- разработка учебных проектов (практические занятия);
- разбор практических ситуаций, решение задач (практические занятия).

2. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

8. Оценка результатов освоения дисциплины/модуля

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной, заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.1.

Таблица 8.2.1

№	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1 текущая аттестация		
1	Тестирование по пройденным темам	0-10
2	Учебный проект №1.	0-10
3	Лабораторные работы	0-10
ИТОГО за первую текущую аттестацию		0-30
2 текущая аттестация		
1	Лабораторные работы	0-10
2	Тестирование по пройденным темам	0-20
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		0-30
3 текущая аттестация		
1	Лабораторные работы	0-10
2	Учебный проект №2	0-20
3	Итоговый тест по курсу	0-10
ИТОГО за третью текущую аттестацию		0-40
ВСЕГО		0-100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины/модуля.

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

- 9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы
- собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ <http://elib.tyuiu.ru/>
 - научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ Нефти и газа (НИУ) им. И.М. Губкина <http://elib.gubkin.ru/>
 - научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ <http://bibl.rusoil.net>
 - научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО «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 ВООК.ru <https://www.book.ru>

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

- MicrosoftOfficeProfessionalPlus;
- Windows 8.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля

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

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины/модуля	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины/модуля (демонстрационное оборудование)
	-	Комплект мультимедийного оборудования: проектор, экран, компьютер, акустическая система. Локальная и корпоративная сеть

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

Практические занятия и самостоятельная работа студентов по дисциплине «Электронная коммерция» предполагают разработку и презентацию учебных проектов.

В основе проектной технологии лежит умение студента ориентироваться в информационном пространстве и самостоятельно конструировать свои профессионально-прикладные и практико-ориентированные знания. При выполнении проекта деятельность студентов может быть индивидуальной, парной или групповой. Работа выполняется в течение определенного отрезка времени и направлена на решение конкретной учебно-профессиональной проблемы.

Различают проекты с непосредственным руководством преподавателя и проекты со скрытой координацией. В ходе проекта с открытой координацией преподаватель-координатор участвует в проекте в своем собственном статусе, направляет работу, организует отдельные этапы проекта. В проекте со скрытой координацией преподаватель эпизодически оказывает консультативную помощь студентам.

Виды проектной деятельности студентов:

- информационно-аналитические проекты (студенты осваивают различные методы получения профессионально-значимой информации и способы ее обработки: анализ международных, отечественных нормативно-правовых, финансово-экономических документов, компьютерных баз данных, научно-методических, монографических литературных источников, интервью со специалистами-практиками, анализ материалов специальных профессиональных журналов; способы презентации профессионально-значимой информации: доклад, публикация, Интернет-форумы и пр.);

- имитационно-игровые проекты (студенты в группах разрабатывают содержание и сценарий проведения деловой игры, предполагавшей распределение ролей конкретной профессиональной ситуации и др.);

- специализированные практико-ориентированные проекты (результат проекта – обоснование, разработка плана реализации конкретного социального проекта, например, системный анализ инвестиционной стратегии в конкретном регионе, а также обязательное получение внешней экспертной оценки проекта специалистами-практиками).

Проектные технологии формируют осмысленное развитие профессионально-исследовательского интеллекта, а также и целесообразное проектирование практических действий будущего специалиста в сфере выполнения профессионально-ориентированного учебно-познавательного задания.

Этапы работы над проектом:

- первый этап - выявление актуальной для научного поиска и отвечающей интересам учащихся темы, определение проблемного поля исследования, формулирование цели и задач исследования;

- второй этап - организация деятельности (создание рабочих групп для изучения выявленных аспектов проблемы и осуществления отдельных видов читательской деятельности);

- третий этап - осуществление проектной деятельности (подбор текстовых источников, интерпретация информации в соответствии с целями и задачами исследования, разработка структуры и письменных форм представления информации в проекте);

- четвертый этап - презентация проекта (представление результатов, выводов, защита авторской позиции);

- анализ проделанной работы (обсуждение, рефлексия).

В процессе работы над учебным проектом обучающимся рекомендуется подобрать эпиграф, составить тесты, кроссворды по изучаемой теме.

Требования к профессионально-ориентированным установкам студента в процессе проектной деятельности:

- понимание целевого назначения проекта, сути учебно-познавательного (учебно-профессионального) задания, понимание характера взаимодействия в системах «студент – студент», «студент – специалист базы практики», «студент – преподаватели различных дисциплин»; осознание системы требований к представлению выполненной работы или ее частей;

- умения, связанные с планированием конечного результата проекта и его представление в форме практико-ориентированных технологий (например, методов, форм работы специалиста в сфере конкретной трудовой деятельности и др.);

- планирование системы действий по выполнению проекта, т.е. распоряжение бюджетом времени, сил, средств, составление последовательности действий с ориентировочными оценками затрат времени на этапы; выполнение обобщенного алгоритма проектирования;

- внесение корректив в ранее принятые решения на основе предварительного обсуждения промежуточных результатов проектной деятельности на семинарских занятиях, заседаниях научного студенческого общества;

- конструктивное обсуждение результатов и проблем каждого этапа проектирования как с сокурсниками, так и преподавателями, специалистами-практиками;

- формулирование конструктивных вопросов и запросов о помощи (советы, дополнительная информация, оснащение и т.д.);

- выражение замыслов, конструктивных решений с помощью технических рисунков, схем, эскизов, чертежей, макетов;

- составление схемы необходимых расчетов (конструктивных, технологических, экономических), представление их в вербальной форме;

- оценивание собственного результата проектной деятельности по достижению планируемого, по объему и качеству выполненного, по трудозатратам, по новизне; оценивание проектов, выполненных другими;

- четкое понимание критериев оценивания проектов, процедуры публичной защиты проектов;
- адекватное определение научных и практических результатов проектирования.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Эффективность обучения в вузе определяется способностями студентов работать с различными образовательными ресурсами - справочным аппаратом отдельного издания, каталогами и картотеками библиотек, информационными системами, представленными в сети Интернет. В процессе освоения дисциплины предусмотрены следующие способы работы с учебной и учебно-методической литературой:

1. Изучение современных мультимедийных электронных изданий. Объединенные общей тематикой письменный текст, компьютерная графика, видеоизображение, представленные в этих изданиях, значительно расширяют возможности поиска информации.

Студенты должны ориентироваться на использование поисковых возможностей справочного аппарата научного, учебного, художественно-публицистического издания по изучаемой дисциплине в ходе специальных занятий при подготовке сообщений, докладов, рефератов, а также при выполнении выпускной квалификационной работы (для студентов естественно-научных и технических специальностей - при выполнении реферативной части выпускной квалификационной работы).

2. Работа с информационными ресурсами сети Интернет. В настоящее время специализированные образовательные информационные структуры объединены в систему «Федеральные образовательные ресурсы» в рамках официального портала «Российское образование» (www.edu.ru).

В системе «Федеральные образовательные ресурсы» представлены:

- «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (www.window.edu.ru), располагающее полнотекстовой библиотекой учебных и учебно-методических материалов для всех уровней образования;

- «Каталог учебников, оборудования и информационных ресурсов» (www.ndce.edu.ru), обеспечивающий доступ к коллекции учебникам по всем общеобразовательным дисциплинам в соответствии с официальным перечнем, электронным изданиям CD/DVD, Аудио/VHS, архивам документам по учебному книгоизданию;

- «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» (www.school-collection.edu.ru), включающая каталог и хранилище цифровых образовательных ресурсов (собраний государственных музеев), материалы методической поддержки (подборки цифровых ресурсов к общеобразовательным учебникам, методическое обеспечение организации творческих мастерских, мастер - классов и т.д.), авторские коллекции цифровых образовательных ресурсов, созданные педагогами - практиками;

- «Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов» (www.fcior.edu.ru), специализирующийся на электронных образовательных ресурсах для открытой мультимедийной образовательной среды.

При анализе нормативно-правовых актов студенты должны правильно фиксировать основные реквизиты документа (полное официальное название, когда и каким государственным органом был принят, кем и когда подписан, где опубликован), порядок вступления в силу и сферу действия. Следует обратить особое внимание при самостоятельном изучении источников на новую для студента терминологию, без знания которой он не сможет усвоить содержание документа.

Самостоятельная работа предполагает тщательное освоение студентами учебной и научной литературы по изучаемым темам дисциплины. При самостоятельном изучении основной рекомендованной литературы студентам необходимо обратить главное внимание на ключевые положения, излагаемые в изучаемом тексте. Для этого следует внимательно ознакомиться с

содержанием источника информации, структурировать его и выделить в нем центральное звено. Обычно это бывает ключевое определение или совокупность существенных характеристик рассматриваемого объекта. Для того чтобы убедиться, насколько глубоко усвоено содержание темы, в конце соответствующих глав и параграфов учебных пособий обычно дается перечень контрольных вопросов, на которые студент должен давать четкие и конкретные ответы.

Основу самостоятельной работы студентов составляет систематическое, целеустремленное и вдумчивое чтение рекомендованной литературы. Без овладения навыками работы над книгой, формирования в себе стремления и привычки получать новые знания из книг невозможна подготовка настоящего профессионала ни в одной области деятельности. Студенты должны знакомиться с особенностями юридической литературы. При работе с правовыми документами у студентов закрепляются правовые знания теоретического характера, формируется интерес к праву, значимость которого они ощущают предметно. Работа с источниками права должна постепенно усложняться. Юридически документ не адаптирован и может быть непонятен студенту, в нем встречается сложная юридическая речь и т. д. Если студент еще ни разу не сталкивался с подобным текстом, преподаватель подробно объясняет, как можно организовать работу, на что следует обращать внимание в первую очередь.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина «Электронная коммерция»

направление подготовки/специальность: 38.03.06 Торговое дело

направленность/специализация: Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
ПКС-1 Способен осуществлять закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	ПКС-1.2 Осуществляет процедуры закупок	Знать: (З.1) Знать классы (категории) ведения электронной коммерции; типы и виды электронных площадок для закупок	Не знает классы (категории) ведения электронной коммерции; типы и виды электронных площадок для закупок	Знает классы (категории) ведения электронной коммерции; типы и виды электронных площадок для закупок, допуская ряд ошибок	Знает классы (категории) ведения электронной коммерции; типы и виды электронных площадок для закупок, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает классы (категории) ведения электронной коммерции; типы и виды электронных площадок для закупок
		Уметь: (У.1) выбрать электронную торговую площадку для процедуры закупок	Не умеет выбрать электронную торговую площадку для процедуры закупок	Умеет выбрать электронную торговую площадку для процедуры закупок, допуская ряд ошибок	Умеет выбрать электронную торговую площадку для процедуры закупок, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет выбрать электронную торговую площадку для процедуры закупок
		Владеть: (В.1) навыком подбора интернет-посредников в электронной торговле	Не владеет выбрать электронную торговую площадку для процедуры закупок	Владеет выбрать электронную торговую площадку для процедуры закупок, допуская ряд ошибок	Владеет выбрать электронную торговую площадку для процедуры закупок, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет выбрать электронную торговую площадку для процедуры закупок
ПКС-4 Способен к подготовке и	ПКС-4.1 Готовит	Знать: (З.1) Знать маркетинговые сервисы	Не знает маркетинговые	Знает маркетинговые	Знает маркетинговые	В совершенстве знает

проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	поисковых систем, маркетинговые программы	сервисы поисковых систем, маркетинговые программы	сервисы поисковых систем, маркетинговые программы, допуская ряд ошибок	сервисы поисковых систем, маркетинговые программы, допуская незначительные ошибки	маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы
		Уметь: (У.1) использовать сервисные программы для оценки потребительской ценности; информационные системы для исследования потребителей	Не умеет использовать сервисные программы для оценки потребительской ценности; информационные системы для исследования потребителей	Умеет использовать сервисные программы для оценки потребительской ценности; информационные системы для исследования потребителей, допуская ряд ошибок	Умеет использовать сервисные программы для оценки потребительской ценности; информационные системы для исследования потребителей, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет использовать сервисные программы для оценки потребительской ценности; информационные системы для исследования потребителей
		Владеть: (В.1) навыком выбора электронной площадки для целей маркетинга	Не владеет навыком выбора электронной площадки для целей маркетинга	Владеет навыком выбора электронной площадки для целей маркетинга, допуская ряд ошибок	Владеет навыком выбора электронной площадки для целей маркетинга, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет навыком выбора электронной площадки для целей маркетинга

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 обуча-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. 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	+

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

Руководитель образовательной программы _____ *А.А.Габудина* А.А.Габудина

Директор БИК _____ Д. Х. Каюкова

30.08 2021 г.

2021 г.



Директор БИК Д. Х. Каюкова