

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Электронная торговля»

Учебный курс «Электронная торговля» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Торговое дело, магистерская программа «Стратегический маркетинг».

Дисциплина «Электронная торговля» включена в состав вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (12 часов), практические занятия (24 часа, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студента (108 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Электронная торговля» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинговое управление», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинговые исследования», «Цифровой маркетинг» и позволяет подготовить студентов к преддипломной практике.

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: современное устройство Internet в России: ключевые понятия, размер рынка, основные тенденции и участники. Сущность понятий: Рунет и российский Internet, пользователь Internet, электронные рынки. Исследование аудитории Internet.

Цель – формирование у слушателей системы знаний, практических навыков и умений осуществления электронной торговли в Internet и особенностях функционирования российского рынка электронной торговли и электронных платежных систем.

Задачи:

- рассмотреть сущность Интернет, принципы функционирования, ландшафт российского Интернета и в разрезе отдельных стран, устройство и основных игроков;

- уточнить ключевые понятия в данной предметной области и правовое регулирование электронной коммерции;

- рассмотреть сущность национальной платежной системы применительно к электронному бизнесу;

- рассмотреть структуру традиционных платежных систем на основе банковских карт и функции основных участников;

- познакомить с основными методами шифрования и основными понятиями криптографии, благодаря которым возможно функционирование электронных платежных систем;

- рассмотреть типологию платежных систем, функционирующих в Internet и типологию мобильной коммерции;

- оценить уровень освоения Internet-банкинга на национальном и регионально рынках.

Для успешного изучения дисциплины «Электронная торговля» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

- способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;

- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами; - уровни представленности предприятий в Интернет; - эволюцию моделей комплекса маркетинга; - основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов; - основные методы шифрования; - принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа; - правовое регулирование электронной коммерции; - основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников; - классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет; - модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей; - модель дистанционного банковского обслуживания; - виды систем удаленного управления счетами;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки; - идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга; - анализировать безопасность оплаты виртуального магазина; - анализировать рынок карточных продуктов страны; - анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке; - анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе; - навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия; - умениями оптимизировать представленность предприятия в Интернет; - навыками управления безопасностью платежей на сайте компании; - навыками оптимизации форм оплаты

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
		виртуальных магазинов с помощью банковских карт; - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга; - умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей;
ПК-9 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знает	- основные принципы функционирования Internet, структуру и специфические черты Рунета; - систему адресации Интернет; - содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet; - электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции;
	Умеет	- анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели); - исследовать основные детерминанты электронного рынка страны;
	Владеет	- методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны; - навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Электронная торговля» применяется такой метод активного/интерактивного обучения как кейс-задачи.