

## **Аннотация дисциплины «Электронная коммерция»**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единицы / 180 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 4 курсе в 7 семестре и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 36 часов, практических занятий – 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента - 108 часов (в том числе на подготовку к экзамену 27 часов).

Язык реализации: русский

**Цель:** Формирование у слушателей системы знаний, практических навыков и умений осуществления электронной коммерции в Internet и понимания особенностей 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 основные игроки;
- 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 мобильных платежных систем;

- рассмотреть сущность и правовое регулирование трансграничной электронной торговли.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

*знать:*

- основные понятия в области основ маркетинга;
- понятия в области инновационного маркетинга;
- математические методы моделирования;
- компьютерные технологии и основные направления их использования в профессиональной деятельности;

- психологические свойства личности и их роль в профессиональной деятельности;

*уметь:*

- применять математические методы в моделировании маркетинговой деятельности;

- использовать знания психологии и этики в профессиональной деятельности;

- применять цифровые технологии в экономике;

*владеть:*

- методами математического моделирования;
- умениями практически применять знания о психических процессах и состояниях в профессиональной деятельности;

- компьютерными технологиями в качестве уверенного пользователя.

Предварительные компетенции получены в результате изучения дисциплин «Цифровые технологии в экономике», «Маркетинг (с использованием онлайн)», «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования и менчмаркетинг», обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Международный маркетинг», «Маркетинг по сферам применения» и «Брендинг».

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) профессиональных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Организационно-управленческий	ПК-4 Способен организовывать и планировать деятельность предприятий сферы торговли и их материально-техническое обеспечение, закупку и продажу товаров в соответствии с целевыми задачами	ПК-4.8 Организует продажи товара в электронной среде	<p><i>знает</i> 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; уровни представленности предприятий в Интернет; эволюцию моделей комплекса маркетинга; основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов; формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами; основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников; основные методы шифрования; принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа; правовое регулирование электронной коммерции; классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет; модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей; сущность и принципы использования криптовалюты; сущность трансграничной электронной торговли, правовое регулирование трансграничной электронной торговли в России;</p>
			<p><i>умеет</i> анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели); исследовать основные детерминанты электронного рынка страны; идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга; проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов</p>

			<p>определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки; анализировать рынок карточных продуктов страны; анализировать безопасность оплаты виртуального магазина; анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке; анализировать налоговую нагрузку на трансграничные электронные покупки в стране</p>
			<p><i>владеет</i> методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны; навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны; навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия; умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet; методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе; навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт; навыками управления безопасностью платежей на сайте компании; умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей; навыками выявления тенденций развития трансграничной электронной торговли страны на основе анализа в динамике параметров электронного рынка</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Электронная коммерция» применяются следующие дистанционные образовательные технологии и методы / активного / интерактивного обучения: кейс-задачи.