

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой
/Богатырев С.А./
«30» августа 2013 г.

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета
/Морозов А.А./
«30» августа 2013 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина **ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ**
 Направление подготовки **100700.62 Торговое дело**
 Профиль подготовки **Коммерция**
 Квалификация (степень) выпускника **Бакалавр**
 Нормативный срок обучения **4 года**
 Форма обучения **Очная**

| | Всего | Количество часов | | | | | | | | |
|------------------------------------|-------|---------------------|---|---|---|---|---|---|-----|--|
| | | в т.ч. по семестрам | | | | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | |
| Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕТ | 4 | | | | | | | | 4 | |
| Общее количество часов | 144 | | | | | | | | 144 | |
| Аудиторная работа – всего, в т.ч.: | 54 | | | | | | | | 54 | |
| лекции | 18 | | | | | | | | 18 | |
| лабораторные | x | | | | | | | | x | |
| практические | 36 | | | | | | | | 36 | |
| Самостоятельная работа | 90 | | | | | | | | 90 | |
| Количество рубежных контролей | x | | | | | | | | 3 | |
| Форма итогового контроля | x | | | | | | | | зач | |
| Курсовой проект (работа) | x | | | | | | | | | |

Разработчик: ст. препод. Дужникова Е.Ю.

(подпись)

Саратов 2013

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Электронная коммерция» является приобретение студентами необходимых знаний основ электронной коммерции, включающих технологии совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВПО

В соответствии с учебным планом по направлению 100700.62 «Торговое дело» дисциплина «Электронная коммерция» относится к вариативной (профильной) части профессионального цикла.

Дисциплина «Электронная коммерция» базируется на знаниях, полученных при изучении следующих дисциплин: «Организация торговой деятельности», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Правовое регулирование в профессиональной деятельности», «Коммерческая деятельность», «Товарная информация», «Правовое регулирование информационной деятельности», «Информационный менеджмент», «Информатика», «Информационные системы управления организацией», «Безопасность организаций в сфере коммерции», «Обеспечение безопасности коммерческой деятельности».

Для качественного усвоения дисциплины студент должен:

- знать: методы обработки и анализа данных;
- уметь: обрабатывать и анализировать информацию, получать обобщающие показатели, делать выводы.

Дисциплина «Электронная коммерция» является базовой для изучения следующих дисциплин: «Международная торговля», «Товарная политика», «Биржевое дело», «Организация коммерческой деятельности».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в процессе изучения дисциплины «Электронная коммерция»

Дисциплина «Электронная коммерция» направлена на формирование у студентов профессиональной компетенции: «Способность обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу (сбыт) товаров, управлять товарными запасами» (ПК-13).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать: предметную область и методы осуществления электронной коммерции, опыт использования электронных систем взаиморасчетов, автоматизированных систем управления ресурсами предприятий, интернет-магазинов;

Уметь: работать в электронных аукционах и биржах, создавать собственные коммерческие интернет-проекты и представлять их на финансирование в интернет-инкубаторы.

Владеть: программными средствами для ведения электронной коммерции.

4. Структура и содержание дисциплины «Электронная коммерция»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа, из них аудиторная работа – 54 ч., самостоятельная работа – 90 ч.

Таблица 1

Структура и содержание дисциплины «Электронная коммерция»

| № п/п | Тема занятия. Содержание | Неделя семестра | Аудиторная работа | | | Самос- стоятельная работа | Контроль знаний | | |
|-----------|---|-----------------|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------------------|---------------------|-----|-------|
| | | | Вид занятия | Форма проведения | Количество часов | | Количество Часов | Вид | Форма |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 7 семестр | | | | | | | | | |
| 1. | Развитие электронной коммерции в мировом сообществе Основные этапы развития электронной коммерции. Особенности развития электронной коммерции в России | 1 | Л | Т | 2 | | ВК | ПО | 6 |
| 2. | Развитие электронной коммерции в мировом сообществе | 1 | ПЗ | Т | 2 | 6 | ТК | УО | |
| 3. | Развитие электронной коммерции в мировом сообществе | 2 | ПЗ | Т | 2 | 4 | ТК | УО | |
| 4. | Понятие и содержание электронной коммерции Бизнес и коммерция. Понятие электронной коммерции и отличие электронной коммерции от электронного бизнеса. Субъекты и объекты электронной коммерции. Типы электронной коммерции. Традиционный и «электронный» коммерческий цикл. От OFF-LINE к ON-LINE бизнесу | 3 | Л | П | 2 | | ТК | КЛ | |
| 5. | Понятие и содержание электронной коммерции | 3 | ПЗ | КС | 2 | 4 | ТК | УО | |
| 6. | Понятие и содержание электронной коммерции | 4 | ПЗ | КС | 2 | 6 | ТК | КЛ | |
| 7. | Типы систем в электронной коммерции. Система В2В. Система В2С. Система С2С. Взаимодействие бизнеса и граждан с государством | 5 | Л | Т | 2 | | ТК | КЛ | |
| 8. | Типы систем в электронной коммерции. | 5 | ПЗ | Т | 2 | 2 | ТК | КЛ | |
| 9. | Типы систем в электронной коммерции. | 6 | ПЗ | КС | 2 | 8 | ТК | УО | |
| 10. | Стандарты в электронной коммерции Система электронного обмена данными в управлении, торговле и транспорте (EDIFACT-electronic data interchange for administration, commerce and transport). | 7 | Л | Т | 2 | | ТК | КЛ | |

| | | | | | | | | | |
|-----|--|----|----|----|---|---|----|----|---|
| | Штриховое кодирование. | | | | | | | | |
| 11. | Стандарты в электронной коммерции | 7 | ПЗ | КС | 2 | 2 | ТК | КЛ | |
| 12. | Стандарты в электронной коммерции | 8 | ПЗ | КС | 2 | 8 | РК | ПО | 8 |
| 13. | Коммерческий цикл в электронной коммерции. Трансформация реализации этапов коммерческого цикла в электронной коммерции. Стратегии выхода в электронную коммерцию традиционного предприятия. | 9 | Л | Т | 2 | | ТК | КЛ | |
| 14. | Коммерческий цикл в электронной коммерции. | 9 | ПЗ | Т | 2 | 6 | ТК | КЛ | |
| 15. | Коммерческий цикл в электронной коммерции. | 10 | ПЗ | Т | 2 | 4 | ТК | УО | |
| 16. | Автоматизированные системы электронной коммерции Классификация систем, пользователей и объектов электронной коммерции. Структурные и функциональные схемы бизнес-моделей систем электронной коммерции. Платежные системы Интернета. Российские платежные системы. Системы электронного документооборота. Анализ сайтов электронной коммерции. | 11 | Л | П | 2 | | ТК | КЛ | |
| 17. | Автоматизированные системы электронной коммерции | 11 | ПЗ | Т | 2 | 8 | ТК | УО | |
| 18. | Автоматизированные системы электронной коммерции | 12 | ПЗ | КС | 2 | 2 | РК | ПО | 8 |
| 19. | Сущность интернет-маркетинга Интернет-маркетинг и его сущность. Инструментарий интернет-маркетинга. | 13 | Л | Т | 2 | | ТК | КЛ | |
| 20. | Сущность интернет-маркетинга | 13 | ПЗ | Т | 2 | 4 | ТК | УО | |
| 21. | Сущность интернет-маркетинга | 14 | ПЗ | Т | 2 | 6 | ТК | КЛ | |
| 22. | Безопасность электронной коммерции Термины и определения. Виды и источники угроз. Способы оценки эффективности системы безопасности в электронной коммерции. Вопросы правового регулирования безопасности электронной коммерции | 15 | Л | Т | 2 | | ТК | КЛ | |
| 23. | Безопасность электронной коммерции | 15 | ПЗ | Т | 2 | 4 | ТК | УО | |
| 24. | Безопасность электронной коммерции | 16 | ПЗ | Т | 2 | 6 | ТК | КЛ | |
| 25. | Эффективность электронной коммерции Основные понятия эффективности электронной коммерции. Методы оценки эффективности систем электронной коммерции. Особенности оценки эффективности систем электронного документооборота. Оценка эффективности электронной коммерции с помощью индекса ePerformence Компании McKinsey. Оценка эффективности вложений в информационные технологии. Оценка качества и эффективности коммерческих сайтов. | 17 | Л | Т | 2 | | ТК | КЛ | |

| | | | | | | | | | |
|---------------|-------------------------------------|----|----|----|----|----|----------|-----|--------|
| 26. | Эффективность электронной коммерции | 17 | ПЗ | Т | 2 | 4 | ТК | КЛ | |
| 27. | Эффективность электронной коммерции | 18 | ПЗ | КС | 2 | 6 | РК ТР | ПО | 8 6 |
| | Выходной контроль | | | | | | ВыхК | зач | 18 |
| Итого: | | | | | 54 | 90 | | | 54 |

Примечание:

Условные обозначения:

Виды аудиторной работы: Л – лекция, ПЗ – практическое занятие.

Формы проведения занятий: П – проблемная лекция/занятие, Т – лекция/занятие, проводимое в традиционной форме, ДИ – деловая игра, КС – круглый стол.

Виды контроля: ВК – входной контроль, ТК – текущий контроль, РК – рубежный контроль, ТР – творческий рейтинг, ВыхК – выходной контроль.

Форма контроля: УО – устный опрос, ПО – письменный опрос, КЛ – конспект лекции, Э – экзамен.

5. Образовательные технологии

Для успешной реализации образовательного процесса по дисциплине «Электронная коммерция» и повышения его эффективности используются как традиционные педагогические технологии, так и методы активного обучения: проблемная лекция, деловые игры, круглые столы.

Удельный вес занятий, проводимых с использованием активных и интерактивных методов обучения, в целом по дисциплине составляет 33,3%.

6. Оценочные средства для проведения входного, рубежного и выходного контролей

Вопросы входного контроля

1. Что такое продукция и товар?
2. Что такое стоимость товара?
3. Что такое себестоимость товара?
4. Что такое выручка?
5. Что такое прибыль?
6. Что такое спрос и предложение?
7. Что означает понятие «жизненный цикл товара»?
8. Какие факторы учитываются при определении цены на продукт?
9. Как связана цена на продукт со стадией жизненного цикла, на которой он находится?
10. Ваши ответные действия на снижение конкурентом цены на определенный продукт.

Вопросы рубежного контроля № 1

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Дайте определения терминов «Электронная коммерция» и «Электронная торговля».
2. Что является предметом электронной коммерции?
3. Какова роль электронной коммерции в современном обществе?
4. В чем заключаются преимущества и недостатки электронной коммерции?
5. Каковы роль и место Интернета в электронной коммерции?
6. Перечислите проблемы электронной коммерции на современном этапе развития общества?
7. Какова история возникновения электронной коммерции?
8. Охарактеризуйте этапы развития электронной коммерции.
9. Какие проблемы электронной коммерции связаны со вступлением России во Всемирную торговую организацию?
10. Перечислите факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. В чем состоят особенности развития российского рынка на современном этапе?
2. Назовите факторы, препятствующие развитию электронной коммерции в России.
3. Каковы основные тенденции развития электронной коммерции в России?
4. Охарактеризуйте Федеральные и региональные программы развития электронной коммерции.

Вопросы рубежного контроля № 2

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. Приведите примеры классификаторов, которые необходимо использовать в системах электронной коммерции.
2. Дайте общую характеристику классификатора ТН ВЭД. Для чего он предназначен?
3. Дайте общую характеристику ИНКОТЕРМС 2000.
4. Каковы назначение и основные компоненты стандартов ЭДИФАКТ?
5. Назовите принципы классификации систем электронной коммерции.
6. Дайте классификацию видов бизнеса в системах электронной коммерции.

7. Приведите классификация бизнес-процессов в системах электронной коммерции.
8. Дайте классификацию систем электронной коммерции.
9. Приведите классификацию пользователей систем электронной коммерции.
10. Какие вы знаете способы расчетов в системах электронной коммерции?

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Назовите основные виды электронных платежных систем.
2. Каковы основные схемы расчетов в электронной коммерции?
3. Охарактеризуйте схемы расчетов с использованием «электронных денег». Приведите примеры.
4. В чем суть бизнес-схемы систем электронной коммерции B2C?
5. В чем суть бизнес-схемы систем электронной коммерции B2B?
6. Дайте характеристику систем электронного документооборота.

Вопросы рубежного контроля № 3

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

1. В чем суть интернет-маркетинга?
2. Перечислите известные Вам инструменты интернет-маркетинга.
3. Охарактеризуйте основные бизнес-модели использования сайта как инструмента интернет-маркетинга
4. Раскройте особенности использования комплекса маркетинга в среде Интернет.
5. Охарактеризуйте особенности брэндинга в среде Интернет.
6. Охарактеризуйте инструменты интернет-маркетинга применительно к стратегиям продвижения.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Дайте характеристику СПАМа.
2. Раскройте особенности российской интернет-аудитории для бизнеса.
3. Раскройте содержание бэнчмаркинга.
4. Охарактеризуйте принципы создания системы безопасности. В чем суть методики построения системы безопасности?
5. Каковы виды и источники угроз безопасности электронной коммерции?
6. Каковы основные способы оценки эффективности системы безопасности электронной коммерции?

7. В чем суть методического подхода к оценке безопасности. Сформулируйте критерий оценки эффективности системы безопасности
8. Укажите методы оценки эффективности систем электронной коммерции.
9. Перечислите маркетинговые показатели эффективности электронной коммерции.
10. Охарактеризуйте известные вам способы оценки эффективности вложений в информационные технологии.

Вопросы выходного контроля (зачета)

1. Понятие «электронная коммерция». Основные направления развития
2. История возникновения и этапы развития электронной коммерции
3. Динамика мирового и российского рынка электронной коммерции
4. Сравнение традиционной и электронной формы торговли.
5. Воздействие развития электронной коммерции на экономику
6. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в мире
7. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России
8. Развитие телекоммуникационных систем в России (телефония, Интернет)
9. Федеральные и региональные программы, связанные с электронной коммерцией (электронное правительство, электронная Россия, электронное Подмосковье)
10. Штриховое кодирование (методы, принципы, оборудование)
11. Классификация систем электронной коммерции
12. Классификация пользователей и объектов электронной коммерции
13. Системы B2B. Сущность модели, структура ПО.
14. Системы B2C. Сущность модели, структура ПО.
15. C2C. Сущность модели, структура ПО.
16. Электронные аукционы
17. Отраслевые электронные площадки
18. Электронные биржи
19. Платежные системы Интернета. Электронные деньги
20. Пластиковые карты, кредитные карты.
21. Смарт-карты
22. Дебетовые системы платежей
23. Сотовая телефония и электронная коммерция
24. Динамика развития Интернета в России
25. Характеристика современного рынка программного обеспечения
26. Системы электронного документооборота

27. Безопасность электронной коммерции
28. Стандарты и протоколы электронной коммерции
29. Основные понятия эффективности электронной коммерции
30. Рекламная кампания в Интернете. Виды и методы.
31. Роль электронной почты в электронной коммерции. Проблемы использования электронной почты.
32. Защита авторских прав в сети Интернет

Темы рефератов

1. Исторический аспект развития электронной коммерции в России.
2. Зарубежный опыт развития электронной торговли экономически развитых стран.
3. Электронная коммерция как составная часть рыночного хозяйствования.
4. Конкуренция в сфере электронной коммерции и ее роль в коммерческой деятельности предприятия.
5. Электронная торговля: современное состояние и перспективы развития в России.
6. Привлечение покупателей в интернет-магазин.
7. Особенности организации продажи продовольственных товаров в Интернете
8. Особенности организации продажи парфюмерно-косметических товаров в Интернете.
9. Особенности организации книжной торговли в Интернете.
10. Особенности организации продажи крупной бытовой техники в Интернете.
11. Электронные системы приема коммунальных платежей.
12. Содержание бизнес-операций дилеров в электронной коммерции.
13. Брокерские услуги в Интернете.
14. Интернет-страхование имущества физических лиц.
15. Услуга интернет-банкинга.
16. Технология деятельности интернет-бирж.
17. Организация работы интернет-аукционов.
18. Назначение и организация электронной почты.
19. Мобильная связь и электронная торговля.
20. Федеральный закон «Об электронной торговле» и его значение для развития торговли в Интернете.
21. Федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002 – 2010 годы)» и ее значение для электронной коммерции.
22. Развитие европейского законодательства об электронной коммерции.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Кобелев, О. А.** Электронная коммерция : Учеб. пособие / О. А. Кобелев . – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К°, 2010. – 682 с. : ил. – ISBN 978-5-394-00813-9 : 291.06.
2. **Брагин, Л. А.** Электронная коммерция: учебник / Л. А. Брагин и др. – М. : Форум : ИНФРА-М, 2012. – 191 с. – (Высшее образование) . – 12,0 . – ISBN 978-5-8199-0507-4 . – ISBN 978-5-16-005410-0 : 187.11.
3. **Сибирская, Е. В.** Электронная коммерция: учебное пособие / Е . В . Сибирская, О . А . Старцева. - М. : ФОРУМ, 2008. - 287 с. - ISBN: 978-5-91134-229-6
4. **Юрасов, А. В.** Основы электронной коммерции : Учебник / А. В. Юрасов. – М. : Горячая линия-Телеком, 2008. – 480 с. : ил. – ISBN 978-5-9912-0013-4 : 359.86.

б) дополнительная литература

1. **Авдокушин, Е. Ф.** Маркетинг в международном бизнесе: учебное пособие / Е. Ф. Авдокушин. - 3-е изд. - М. : Дашков и К, 2007. - 328 с. - ISBN 5-91131-292-1
2. **Алексунин, В. А.** Электронная коммерция и маркетинг в Интернете : Учеб. пособие / В. А. Алексунин, В. В. Родигина. – 3-е изд. – М. : Дашков и К°, 2007. – 213 с. : ил. – ISBN 978-5-91131-439-2 : 88.00.
3. **Брагин, Л. А.** Экономика торгового предприятия : Торговое дело : Учебник / Л. А. Брагин. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 313 с. – (100 лет РЭА им. Г.В.Плеханова) . – ISBN 978-5-16-003145-3 : 132.55.
4. **Рябых, А.В.** Интернет магазин : с чего начать, как преуспеть : советы владельцам и управляющим / Ред. А. В. Рябых. – СПб. и др. : Питер, 2012. – 190 с. : – ISBN 978-5-459-00992-7 : 196.90.
5. **Трофимов, В. В.** Информационные системы и технологии в экономике и управлении: Учебник / В. В. Трофимов. – 3-е изд., перераб.и доп. – М. : Бакалавр, 2009. – 521 с. : ил. – (Университеты России) . – ISBN 978-5-9788-0044-9 : 253.82.

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы, полнотекстовая база данных иностранных журналов, поисковые системы Rambler, Yandex, Google.

[http:// www.businesspress.ru](http://www.businesspress.ru) - Деловая пресса;

[http:// www.garant.ru](http://www.garant.ru) - Гарант;

Справочно-правовая система «Кодекс» «Эксперт-Торговля»;

Информационно-справочная система «Консультант Плюс»;

[http:// www.nta –rus. ru](http://www.nta-rus.ru) - Национальная торговая ассоциация;

[http:// www.rbc. ru](http://www.rbc.ru) – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);

[http:// www.rtpress. ru](http://www.rtpress.ru) - Российская торговля;

[http:// www.torgrus. ru](http://www.torgrus.ru) - Новости и технологии торгового бизнеса.

Электронная библиотека СГАУ - <http://library.sgau.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения занятия используется следующее материально-техническое обеспечение: аудио-, видео-, мультимедийные материалы; мультимедийные комплекты, включающие ноутбук, проектор, экран.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО с учетом рекомендаций и ПрООп ВПО по направлению подготовки 100700.62 «Торговое дело».