

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ И ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»

Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Электронная коммерция и Интернет-маркетинг» – формирование у студентов системного представления в области современных методов организации коммерческой деятельности и оптимизации бизнес-процессов посредством телекоммуникационных сетей, в том числе сети Интернет.

Задачи изучения дисциплины:

- приобретение знаний теоретических основ электронной коммерции и современных подходов Интернет-маркетинга посредством телекоммуникационных сетей в условиях глобализации экономики и глобализации бизнеса;
- знакомство с существующими трактовками основных положений и позиций электронной коммерции и Интернет-маркетинга;
- изучение вопросов организации и оптимизации бизнес-процессов с использованием сети Интернет;
- определение путей и методов использования средств электронной коммерции как способа продвижения товаров и услуг;
- изучение возможностей и способов использования различных платежных систем в электронной коммерции;
- ознакомление с правовыми аспектами функционирования электронной коммерции в России и за рубежом.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	Знать: предмет электронной коммерции, классификацию моделей электронного бизнеса; историю становления электронной коммерции; роль технологий, в том числе интернет-продвижения и электронных платежей в современном бизнесе; принципы, по которым функционируют компании в области электронной коммерции и подходы к оценке их эффективности. Уметь: составлять и анализировать бизнес-план для предприятия электронной коммерции; использовать системы сбора и анализа данных посещаемости площадки электронной коммерции, в том числе инструменты веб-аналитики; применять на практике инструменты интернет-маркетинга и продвижения в социальных сетях.

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Планируемые результаты обучения по дисциплине
	Владеть: навыками оценки эффективности предприятий электронной коммерции; использования информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товароведной деятельности предприятий электронной коммерции.

Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)
Тема 1. Электронная коммерция как составная часть Интернет-экономики
Тема 2. Основные модели в электронной коммерции
Тема 3. Нормативно-правовое обеспечение электронной коммерции и организация расчетов в электронной среде
Тема 4. Интернет-маркетинг как специфический способ продвижения товаров и услуг

Форма контроля – экзамен.