

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

"БРАТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

_____ Е.И.Луковникова

_____ 02 мая _____ 20 24 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.02 Электронная коммерция

Закреплена за кафедрой **Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий**

Учебный план b090303_24_ПИЭ.plx

Направление: 09.03.03 Прикладная информатика

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах:

Зачет 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Неделя	17			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	17	17	17	17
Практические	17	17	17	17
В том числе инт.	14	14	14	14
В том числе в форме практ.подготовки	17	17	17	17
Итого ауд.	34	34	34	34
Контактная работа	34	34	34	34
Сам. работа	74	74	74	74
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.т.н., дек., Патрусова А.М. _____

Рабочая программа дисциплины

Электронная коммерция

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика (приказ Минобрнауки России от 19.09.2017 г. № 922)

составлена на основании учебного плана:

Направление: 09.03.03 Прикладная информатика
утвержденного приказом ректора от 30.01.2024 № 32.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Протокол от 20 марта 2024 г. № 11

Срок действия программы: 2024-2028 уч.г.

Зав. кафедрой Вахрушева М. Ю.

Председатель МКФ

доцент, к.э.н., Грудистова Е.Г. 05.04.2024 г. № 7 _____

Ответственный за реализацию ОПОП _____ Вахрушева М.Ю.
(подпись)

Директор библиотеки _____ Сотник Т.Ф.
(подпись)

№ регистрации _____ 56
(методический отдел)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2025 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2026 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2027 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2028 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2028 г. № ____

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Получение обучающимися теоретических знаний в области электронной коммерции, современных подходов и практических навыков к организации электронной коммерции
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.03.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Информационная безопасность
2.1.2	Информационные системы и технологии
2.1.3	Правовые аспекты в области ИКТ
2.1.4	Корпоративные ИС
2.1.5	Реинжиниринг и управление бизнес-процессами
2.1.6	Проекты и управление проектами
2.1.7	Менеджмент в цифровой экономике
2.1.8	Цифровая экономика
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Маркетинг информационных услуг
2.2.2	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2.2.3	Производственная (преддипломная) практика

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ПК-2: Способен разрабатывать модели бизнес-процессов заказчика**

Индикатор 1	ПК-2.1. Владеет современными методами и принципами моделирования и реинжиниринга бизнес-процессов; современными подходами автоматизации бизнес-процессов
-------------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	современные подходы к управлению в электронной коммерции
3.2	Уметь:
3.2.1	применять современные подходы к управлению в электронной коммерции
3.3	Владеть:
3.3.1	основным инструментарием управления в электронной коммерции

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Вид занятия	Наименование разделов и тем	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел	Раздел 1. Основы электронной коммерции						
1.1	Лек	Введение в электронную коммерцию. Цифровая экономика	7	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	0	ПК-2.1
1.2	Лек	Модели электронной коммерции	7	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	0	ПК-2.1
1.3	Пр	Введение в электронную коммерцию. Цифровая экономика	7	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	0	ПК-2.1
1.4	Пр	Модели электронной коммерции	7	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	0	ПК-2.1

1.5	Ср	Подготовка к практическим занятиям	7	20	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	0	ПК-2.1
1.6	Зачёт	Подготовка к зачету	7	1	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	0	ПК-2.1
	Раздел	Раздел 2. Основы e-Commerce-маркетинга						
2.1	Лек	Маркетинговая воронка: проектирование, параметры	7	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	1	Технология проектного обучения ПК -2.1
2.2	Лек	Реклама в e-Commerce-маркетинге	7	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	1	Технология проектного обучения ПК -2.1
2.3	Лек	Инструменты и сервисы анализа конкурентов в электронном бизнесе	7	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	2	Технология проектного обучения ПК -2.1
2.4	Пр	Маркетинговая воронка: проектирование, параметры	7	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	0	ПК-2.1
2.5	Пр	Реклама в e-Commerce-маркетинге	7	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	0	ПК-2.1
2.6	Пр	Инструменты и сервисы анализа конкурентов в электронном бизнесе	7	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	0	ПК-2.1
2.7	Ср	Подготовка к практическим занятиям	7	20	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	0	ПК-2.1
2.8	Зачёт	Подготовка к зачету	7	1	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	0	ПК-2.1
	Раздел	Раздел 3. Инструменты e-Commerce						
3.1	Лек	Проектирование и создание лендинга	7	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	2	Технология проектного обучения ПК -2.1
3.2	Лек	Настройка CRM-системы. Технические настройки посадочной страницы	7	3	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	2	Технология проектного обучения ПК -2.1
3.3	Пр	Проектирование и создание лендинга	7	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	4	Технология проектного обучения ПК -2.1
3.4	Пр	Настройка CRM-системы. Технические настройки посадочной страницы	7	3	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	2	Технология проектного обучения ПК -2.1
3.5	Ср	Подготовка к практическим занятиям	7	30	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	0	ПК-2.1

3.6	Зачёт	Подготовка к зачету	7	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2	0	ПК-2.1
-----	-------	---------------------	---	---	------	---------------------------------------	---	--------

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Технология проектного обучения (приобретение знаний, умений и личного опыта по созданию и реализации проектов)

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы для текущего контроля освоения дисциплины:

Раздел 1. Основы электронной коммерции.

Тема 1. Введение в электронную коммерцию. Цифровая экономика.

1. Сущность электронной коммерции. Привести примеры.
2. Цифровая экономика: сущность, субъекты. Перспективы развития электронного бизнеса, электронной коммерции.
3. Цифровые профессии и их назначение. Привести примеры.

Тема 2. Модели электронной коммерции.

1. Классификация моделей электронной коммерции. Привести примеры.
2. Нормативно-правовые документы, регламентирующие и (или) регулирующие развитие электронной коммерции в России.
3. Основные направления развития российских информационных и коммуникационных технологий.
4. Основные сквозные цифровые технологии. Информационные технологии электронного бизнеса и электронной коммерции.

Раздел 2. Основы e-Commerce-маркетинга.

Интерактивная форма проведения лекционных занятий с применением технологии проектного обучения с целью приобретения знаний, умений и личного опыта по проектированию маркетинговой воронки и расчета ее параметров, разработке структуры брифов, применению инструментов и сервисов анализа конкурентов в электронном бизнесе предполагает просмотр видеозаписи обучающих вебинаров во время лекционных занятий по темам "Маркетинговая воронка: проектирование, параметры", "Реклама в e-Commerce-маркетинге", "Инструменты и сервисы анализа конкурентов в электронном бизнесе" для поиска и группового обсуждения ответов на вопросы (задания) по темам 3,4,5.

Тема 3. Маркетинговая воронка: проектирование, параметры.

1. Контекстная реклама. Таргетированная реклама. Привести примеры.
2. Маркетинговая теория 4P. Элементы маркетинговой модели 4C. Совместимость теории 4P и модели 4C. Привести примеры.
3. Путь пользователя в e-Commerce маркетинге. Маркетинговая воронка. Конверсия.

Тема 4. Реклама в e-Commerce-маркетинге.

1. Четыре этапа цикла маркетинга: сущность и особенности. Привести примеры.
2. Брифование клиента: сущность и назначение. Структура брифа.

Тема 5. Инструменты и сервисы анализа конкурентов в электронном бизнесе.

1. Инструменты анализа сайтов конкурентов в электронном бизнесе.
2. Сервисы для анализа конкурентов в SMM. Показатели вовлеченности.
3. Лидогенерация. Кликабельность. Конверсия. Параметры воронки продаж. Привести примеры.

Раздел 3. Инструменты e-Commerce.

Интерактивная форма проведения лекционных занятий с применением технологии проектного обучения с целью приобретения знаний, умений и личного опыта по созданию и реализации посадочной станции (лендинга), настройке CRM-системы и техническим настройкам посадочной страницы предполагает просмотр видеозаписи обучающих вебинаров во время лекционных занятий по темам "Проектирование и создание лендинга", "Настройка CRM-системы. Технические настройки посадочной страницы" для поиска и группового обсуждения ответов на вопросы (задания) по темам 6,7.

Тема 6. Проектирование и создание лендинга.

1. Основы проектирования сайтов: основные функции сайта. Альтернативы сайту. Привести примеры.
2. Основы проектирования сайтов: виды сайтов. Привести примеры.
3. Основы проектирования сайтов: этапы разработки сайта.

4. Основы проектирования сайтов: лендинг. Сущность и типовая структура. Привести пример.
5. Основы проектирования сайтов: оффер. Сущность, назначение и структура. Привести пример.

Тема 7. Настройка CRM-системы. Технические настройки посадочной страницы.

1. CRM-система. Сущность, назначение. Настройка CRM-системы .
2. Домен: сущность, подключение, настройка. DNS. IP-адрес. Делегирование домена.
3. Технические настройки посадочной страницы: блок SEO. Сущность и возможности. Привести пример.
4. Подготовка сайта к запуску: основные этапы.

Интерактивная форма проведения практических занятий на темы "Проектирование и создание лендинга", "Настройка CRM-системы. Технические настройки посадочной страницы" с применением технологии проектного обучения с целью приобретения знаний, умений и личного опыта созданию и реализации посадочной станицы (лендинга) и настройке CRM-системы предполагает создание посадочной страницы, настройку CRM-системы на конкретном примере.

6.2. Темы письменных работ

Не предусмотрено

6.3. Фонд оценочных средств

Вопросы к зачету:

Раздел 1. Основы электронной коммерции.

Тема 1. Введение в электронную коммерцию. Цифровая экономика.

- 1.1. Сущность электронного бизнеса и электронной коммерции. Привести примеры.
- 1.2. Цифровая экономика: сущность, субъекты. Перспективы развития электронного бизнеса.
- 1.3. Цифровые профессии и их назначение. Привести примеры.

Тема 2. Модели электронной коммерции.

- 1.4. Классификация моделей электронного бизнеса. Привести примеры.
- 1.5. Нормативно-правовые документы, регламентирующие и (или) регулирующие развитие электронного бизнеса в России.
- 1.6. Основные направления развития российских информационных и коммуникационных технологий.
- 1.7. Основные сквозные цифровые технологии. Информационные технологии электронного бизнеса.

Раздел 2. Основы e-Commerce-маркетинга.

Тема 3. Маркетинговая воронка: проектирование, параметры.

- 2.1. Контекстная реклама. Таргетированная реклама. Привести примеры.
- 2.2. Маркетинговая теория 4P. Элементы маркетинговой модели 4C. Совместимость теории 4P и модели 4C. Привести примеры.
- 2.3. Путь пользователя в e-Commerce маркетинге. Маркетинговая воронка. Конверсия.

Тема 4. Реклама в e-Commerce-маркетинге.

- 2.4. Четыре этапа цикла маркетинга: сущность и особенности. Привести примеры.
- 2.5. Брифование клиента: сущность и назначение. Структура брифа.

Тема 5. Инструменты и сервисы анализа конкурентов в электронном бизнесе.

- 2.6. Инструменты анализа сайтов конкурентов в электронном бизнесе.
- 2.7. Сервисы для анализа конкурентов в SMM. Показатели вовлеченности.
- 2.8. Лидогенерация. Кликабельность. Конверсия. Параметры воронки продаж. Привести примеры.

Раздел 3. Инструменты e-Commerce.

Тема 6. Проектирование и создание лендинга.

- 3.1. Основы проектирования сайтов: основные функции сайта. Альтернативы сайту. Привести примеры.
 - 3.2. Основы проектирования сайтов: виды сайтов. Привести примеры.
 - 3.3. Основы проектирования сайтов: этапы разработки сайта.
 - 3.4. Основы проектирования сайтов: лендинг. Сущность и типовая структура. Привести пример.
 - 3.5. Основы проектирования сайтов: оффер. Сущность, назначение и структура. Привести пример.
- Тема 7. Настройка CRM-системы. Технические настройки посадочной страницы.
- 3.6. CRM-система. Сущность, назначение. Настройка CRM-системы .
 - 3.7. Домен: сущность, подключение, настройка. DNS. IP-адрес. Делегирование домена.
 - 3.8. Технические настройки посадочной страницы: блок SEO. Сущность и возможности. Привести пример.
 - 3.9. Подготовка сайта к запуску: основные этапы.

6.4. Перечень видов оценочных средств

Вопросы для текущего контроля освоения дисциплины, вопросы к зачету

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
Л1. 1	Горелов Н.А., Кораблева О.Н.	Развитие информационного общества: цифровая экономика: учебное пособие для вузов	Москва: Юрайт, 2019	8	

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
Л1. 2	Курчеева Г. И., Бакаев М. А., Хворостов В. А.	Информационное и программное обеспечение электронного бизнеса: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2018	1	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576386
Л1. 3	Кобелев О. А., Пирогов С. В.	Электронная коммерция: учебное пособие	Москва: Дашков и К°, 2020	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621649
Л1. 4	Акулич М. В.	Интернет-маркетинг: учебник	Москва: Дашков и К°, 2021	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
Л2. 1	Матвеева Л. Г., Никигаева А. Ю., Чернова О. А., Маслюкова Е. В.	Информационная экономика: учебник	Ростов-на- Дону Таганрог: Южный федеральный университет, 2018	1	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561037
Л2. 2	Краюткина Е. В.	Системы электронной коммерции и технологии их проектирования: учебное пособие	Ставрополь: Северо- Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2016	1	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459069

7.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level
7.3.1.2	Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN No Level
7.3.1.3	Adobe Acrobat Reader DC
7.3.1.4	Врpn.io
7.3.1.5	ELMA Community Edition

7.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)
7.3.2.2	Национальная электронная библиотека НЭБ
7.3.2.3	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
7.3.2.4	Электронная библиотека БрГУ
7.3.2.5	Электронный каталог библиотеки БрГУ
7.3.2.6	«Университетская библиотека online»
7.3.2.7	Издательство "Лань" электронно-библиотечная система
7.3.2.8	Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Назначение	Оснащение аудитории	Вид занятия
3217	Учебная аудитория (мультимедийный класс)	Основное оборудование: - интерактивная доска SMART Board 680i2/Unifl, - интерактивный планшет Wacom PL-720, - колонки Microlab Solo-7C, - ноутбук Samsung R610<NP-R610-FS08>, - телевизор плазменный Samsung 63 PS-63A756T1M. Дополнительно: - маркерная доска – 1 шт. Учебная мебель: - комплект мебели (посадочных мест) – 60 шт.; - комплект мебели (посадочных мест) для преподавателя – 1 шт	Лек
3236	Учебная аудитория (дисплейный класс)	Основное оборудование: - системный блок AMD A10-7800 Radeon R7 (12 шт.), - системный блок для слабовидящих пользователей AMD A10-7850K (1 шт.), - монитор Philips233 V5QHABP (13 шт.). Дополнительно:	Пр

		- маркерная доска – 1 шт. Учебная мебель: - комплект мебели (посадочных мест/АРМ) – 26/12 шт.; - комплект мебели (посадочных мест) для преподавателя – 1 шт.; - комплект мебели (посадочных мест/АРМ) для оператора – 1/1 шт.	
2201	читальный зал №1	Комплект мебели (посадочных мест) Стеллажи Комплект мебели (посадочных мест) для библиотекаря Выставочные шкафы ПК i5-2500/H67/4Gb (монитор TFT19 Samsung) (10шт.); принтер HP Laser Jet P2055D (1шт.)	Ср
3234	Учебная аудитория (дисплейный класс)	Основное оборудование: - системный блок AMD Ryzen 5 7600X 4.70GHz 16 Gb (16 шт.); - монитор MSI PRO MP 242 Series (16 шт.). Дополнительно: - маркерная доска – 1 шт. Учебная мебель: - комплект мебели (посадочных мест/АРМ) – 24/16 шт.; - комплект мебели (посадочных мест) для преподавателя – 1 шт.	Пр

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Изучение курса «Электронная коммерция» предполагает равномерный режим работы и ритмичный ее характер в течение семестра. Проработка лекционного теоретического материала осуществляется после каждой лекции и перед следующей лекцией. При этом предусматривается написание конспекта лекций, изучение терминологии, применения изученных методов для разработки и реализации профессионально ориентированных проектов в последующей учебной деятельности. В ходе выполнения практических заданий производится закрепление знаний, формирование умений и навыков реализации инструментария управления электронной коммерцией. При подготовке к практическим занятиям необходима проработка основной и дополнительной литературы, сведений, являющихся основополагающими в теме/разделе, а также выполнение заданий, необходимых для участия в активной и интерактивной формах обучения по исследуемым вопросам. Другой частью самостоятельной работы обучающихся является подготовка к зачету. При этом необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и использовать ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».