

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.О.25 E-commerce

---

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.06 Торговое дело

---

Направленность (профиль)

38.03.06 Торговое дело

---

Форма обучения

очная

---

Год набора

2023

---

Красноярск 2023

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Программу составили \_\_\_\_\_

канд.экон.наук, доцент, Волошин А.В.

\_\_\_\_\_  
должность, инициалы, фамилия

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

заключается в создании у студентов всеобъемлющего понимания предмета электронной коммерции, в том числе используемых в электронной коммерции информационных технологий, технологий ведения бизнеса, социальных технологий

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

- 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;
- использования информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товароведной деятельности предприятий электронной коммерции.

### 1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

| Код и наименование индикатора достижения компетенции   | Запланированные результаты обучения по дисциплине  |
|--|--|
| <b>ОПК-5: Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.</b>                     |  |
| ОПК-5.2: способен применять информационно-коммуникационные технологии с учетом требований информационной безопасности при решении профессиональных задач | называет информационно-коммуникационные технологии с учетом требований информационной безопасности при решении профессиональных задач<br>выбирает информационно-коммуникационные технологии с учетом требований информационной безопасности при решении профессиональных задач<br>Применяет информационно-коммуникационные технологии с учетом требований информационной безопасности при решении профессиональных задач |
| <b>ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.</b> |  |
| ОПК-6.2: способен использовать современные информационные технологии для решения профессиональных задач  | называет современные информационные технологии для решения профессиональных задач<br>выбирает современные информационные технологии для решения профессиональных задач<br>Использует современные информационные технологии для решения профессиональных задач  |

### 1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=33124>.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

| Вид учебной работы                         | Всего,<br>зачетных<br>единиц<br>(акад.час) | е |
|--|--|---|
|  |  | 1 |
| <b>Контактная работа с преподавателем:</b> | <b>2 (72)</b>                              |   |
| занятия лекционного типа                   | 1 (36)                                     |   |
| лабораторные работы                        | 1 (36)                                     |   |
| <b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> | <b>1 (36)</b>                              |   |
| курсовое проектирование (КП)               | Нет  |   |
| курсовая работа (КР)                       | Нет  |   |

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

| №<br>п/п  |  | Модули, темы (разделы) дисциплины                                |   | Контактная работа, ак. час.    |                          |   |                          |  |                          |                                     |                          |
|-----------|--|--|---|--------------------------------|--------------------------|---|--------------------------|--|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
|           |  |  |   | Занятия<br>лекционного<br>типа |                          | Занятия семинарского типа                 |                          |  |                          | Самостоятельная<br>работа, ак. час. |                          |
|           |  |  |   |                                |                          | Семинары и/или<br>Практические<br>занятия |                          | Лабораторные<br>работы и/или<br>Практикумы |                          |                                     |                          |
|           |  |  |   | Всего                          | В том<br>числе в<br>ЭИОС | Всего                                     | В том<br>числе в<br>ЭИОС | Всего                                      | В том<br>числе в<br>ЭИОС | Всего                               | В том<br>числе в<br>ЭИОС |
| <b>1.</b> |  |  |   |                                |                          |   |                          |  |                          |                                     |                          |
|           |  | 1. Рынок e-commerce в современной России: проблемы и перспективы | 4 |                                |                          |   |                          |  |                          |                                     |                          |
|           |  | 2. Рынок e-commerce в современной России: проблемы и перспективы |   |                                |                          |   | 4                        |  |                          |                                     |                          |
|           |  | 3. Рынок e-commerce в современной России: проблемы и перспективы |   |                                |                          |   |                          |  | 4                        |                                     |                          |
|           |  | 4. Маркетплейсы: общая характеристика                            | 4 |                                |                          |   |                          |  |                          |                                     |                          |
|           |  | 5. Маркетплейсы: общая характеристика                            |   |                                |                          |   | 4                        |  |                          |                                     |                          |
|           |  | 6. Маркетплейсы: общая характеристика                            |   |                                |                          |   |                          |  | 4                        |                                     |                          |
|           |  | 7. Маркетплейсы: сущность, виды, функции                         | 4 |                                |                          |   |                          |  |                          |                                     |                          |
|           |  | 8. Маркетплейсы: сущность, виды, функции                         |   |                                |                          |   | 4                        |  |                          |                                     |                          |
|           |  | 9. Маркетплейсы: сущность, виды, функции                         |   |                                |                          |   |                          |  | 4                        |                                     |                          |
|           |  | 10. Формирование товарного предложения в условиях маркетплейса   | 4 |                                |                          |   |                          |  |                          |                                     |                          |

|  |    |  |  |  |    |  |    |  |
|--|----|--|--|--|----|--|----|--|
| 11. Формирование товарного предложения в условиях маркетплейса |    |  |  |  | 4  |  |    |  |
| 12. Формирование товарного предложения в условиях маркетплейса |    |  |  |  |    |  | 4  |  |
| 13. Инструменты продвижения                                    | 4  |  |  |  |    |  |    |  |
| 14. Инструменты продвижения                                    |    |  |  |  | 4  |  |    |  |
| 15. Инструменты продвижения                                    |    |  |  |  |    |  | 4  |  |
| 16. Медийная реклама   | 4  |  |  |  |    |  |    |  |
| 17. Медийная реклама   |    |  |  |  | 4  |  |    |  |
| 18. Медийная реклама   |    |  |  |  |    |  | 4  |  |
| 19. Продвижение FMCG - товара                                  | 4  |  |  |  |    |  |    |  |
| 20. Продвижение FMCG - товара                                  |    |  |  |  | 4  |  |    |  |
| 21. Продвижение FMCG - товара                                  |    |  |  |  |    |  | 4  |  |
| 22. Ценообразование в маркетплейсах                            | 4  |  |  |  |    |  |    |  |
| 23. Ценообразование в маркетплейсах                            |    |  |  |  | 4  |  |    |  |
| 24. Ценообразование в маркетплейсах                            |    |  |  |  |    |  | 4  |  |
| 25. Управление остатками в маркетплейсах                       | 4  |  |  |  |    |  |    |  |
| 26. Управление остатками в маркетплейсах                       |    |  |  |  | 4  |  |    |  |
| 27. Управление остатками в маркетплейсах                       |    |  |  |  |    |  | 4  |  |
| Всего  | 36 |  |  |  | 36 |  | 36 |  |

## **4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **4.1 Печатные и электронные издания:**

1. Кобелев О. А., Пирогов С. В. Электронная коммерция: учеб. пособие для студ. вузов по спец "Коммерция (торговое дело)" и "Маркетинг"(Москва: "Дашков и К").
2. Маркова В.Д. Цифровая экономика: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
3. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: Управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
4. Савельев А. И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование: монография(Москва: СТАТУТ).

### **4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):**

1. Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level(Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
- 2.
3. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
- 4.
5. Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицсертификат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021

### **4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

- 1.
2. Электронно-библиотечная система «СФУ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bik.sfu-kras.ru/>
3. Электронно-библиотечная система Издательства «Лань» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/>
4. Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM (ИНФРА-М) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
5. Справочно-правовая система "Консультант плюс". - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

## **5 Фонд оценочных средств**

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

## **6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы студентов, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью, демонстрационным оборудованием и техническими средствами обучения (экран, проектор, доска учебная, ноутбук, АРМ студента).

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего назначения.