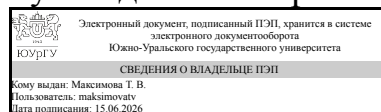


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



Т. В. Максимова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.13 Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете
для направления 38.03.02 Менеджмент

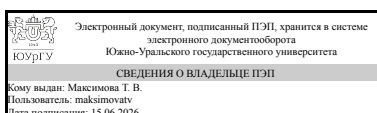
уровень Бакалавриат

форма обучения очная

кафедра-разработчик Менеджмент

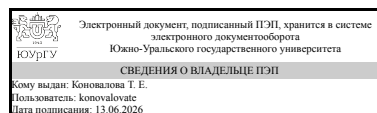
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 970

Зав.кафедрой разработчика,
к.экон.н., доц.



Т. В. Максимова

Разработчик программы,
старший преподаватель



Т. Е. Коновалова

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является формирование системы теоретических знаний и практических умений и навыков управления процессом интернет-продвижения. Задачи: - сформировать знания о принципах электронной коммерции, технологиях продвижения и современных инструментах, методах и средствах продвижения бизнеса в конкурентной среде; - сформировать знания о функционировании современных медийных площадок, способов продвижения в цифровой среде, приемах и методах проведения анализа эффективности маркетинговой активности; - сформировать умения и навыки выбора технологий продвижения, методов поиска, сбора, систематизации и анализа необходимой маркетинговой информации, способов оценки эффективности выбранного комплекса продвижения; - сформировать умения и навыки оставлять систему показателей эффективности продвижения бизнеса в цифровой среде; анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в Интернет общей маркетинговой стратегии организации

Краткое содержание дисциплины

Электронная коммерция. Продвижение бизнеса: понятие, цели, задачи и функции. Особенности продвижения товаров и услуг. Интернет-маркетинг. Веб-сайт как информационный ресурс компании. Мобильный маркетинг. Инструменты и преимущества. Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях. Организация и управление процессом продвижения бизнеса. Бюджет. Оценка эффективности продвижения

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-6 Способен управлять процессом реализации стратегии интернет-продвижения	Знает: - перспективы развития электронной коммерции; - особенности функционирования современных медийных площадок; - систему инструментов интернет-маркетинга; - особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Умеет: - распределять работы, ресурсы по реализации стратегии интернет-продвижения - составлять систему показателей эффективности интернет-продвижения и корректировать стратегию продвижения в зависимости от них Имеет практический опыт: - выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - оценки эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и корректировки стратегии продвижения

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Нет	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 54,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		6
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	48	48
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	53,75	53,75
Подготовка задания самостоятельной работы	4	4
Подготовка к текущему тестированию	8	8
Подготовка к практическим занятиям	24	24
Подготовка к зачету	17,75	17,75
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Электронная коммерция	12	2	10	0
2	Концепция продвижения	8	2	6	0
3	Технологии продвижения в цифровой среде. Инновационные технологии.	16	6	10	0
4	Планирование и организация процесса продвижения	12	6	6	0

5.1. Лекции

№	№	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во
---	---	---	--------

лекции	раздела		часов
1	1	Введение в электронную коммерцию	2
2	2	Продвижение бизнеса: понятие, цели, задачи и функции.	2
3	3	Интернет-маркетинг. Веб-сайт как информационный ресурс компании	2
4	3	Мобильный маркетинг. Инструменты и преимущества.	2
5	3	Инновационные технологии маркетинга в социальных сетях	2
6	4	Организация и управление процессом продвижения бизнеса.	2
7	4	Бюджет	2
8	4	Оценка эффективности продвижения	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Категории электронной коммерции. Электронные торговые площадки	2
2	1	Социальная коммерция	2
3	1	Электронная торговля	2
4	1	Электронный обмен данными	2
5	1	Электронные платежи и система электронных платежей	2
6	2	Процесс продвижения. Разбор примеров	2
7	2	Особенности продвижения товаров	2
8	2	Особенности продвижения услуг	2
9	3	Традиционные инструменты интернет-маркетинга	2
10	3	Веб-сайт как информационный ресурс компании	2
11	3	Поисковая оптимизация и продвижение сайта	2
12	3	Мобильный маркетинг. Инструменты. Преимущества Мобильная коммерция	2
13	3	Тенденции развития социальных сетей. Бизнес в социальных сетях. SMM Информационные сети электронного бизнеса	2
14	4	Организация и управление процессом продвижения бизнеса. Бюджет продвижения	2
15	4	Оценка эффективности технологий продвижения	2
16	4	Информационная безопасность электронной коммерции	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка задания самостоятельной работы	Калужнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебник для вузов / Н. Я. Калужнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калужновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 170 с. Инновационный маркетинг : учебник для	6	4

	вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 474 с Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с.		
Подготовка к текущему тестированию	Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебник для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 170 с. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 474 с Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с.	6	8
Подготовка к практическим занятиям	Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебник для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 170 с. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 474 с Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с.	6	24
Подготовка к зачету	Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебник для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 170 с. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 474 с Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с.	6	17,75

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	6	Текущий контроль	КРМ 1 - Тест 1	1	10	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов – 10 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 20 минут. Максимальное количество баллов – 10. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60%	зачет
2	6	Текущий контроль	КРМ 2 - Тест 2	1	10	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения разделов курса проводится текущее тестирование. Количество вопросов – 10 (каждый вопрос 1 балл), генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 20 минут. Максимальное количество баллов – 10. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Контрольная точка выполнена, если рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60%	зачет
3	6	Текущий контроль	КРМ 3 практические занятия	1	36	Максимальный балл – 36: всего 18 практических работ, каждая работа оценивается максимально 2 балла. Весовой коэффициент мероприятия - 1 Критерии оценивания выполнения каждой практической работы: 2 балла – задание практической работы	зачет

						выполнено полностью, студент активно принимал участие в обсуждении. 1 балл - задание практической работы выполнено полностью, но студент не принимал участие в обсуждении; задание практической работы выполнено не полностью, но студент активно принимал участие в обсуждении; задание практической работы выполнено полностью, но с нарушением графика представления работы. 0 баллов – практическая работа не выполнена.	
4	6	Текущий контроль	КРМ 4 сообщение	1	4	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Темы сообщение доводятся до студентов в начале семестра. Максимальный балл – 4 Критерии оценивания (метод суммирования): 0 – Работа не представлена +1 балл – содержание соответствует заданной теме; +1 балл – тема обдумана студентом, высказано собственное мнение, суждения +1 балл – представлены ссылки на информационные источники +1 балл - приведены примеры	зачет
5	6	Текущий контроль	Контрольное мероприятие (итоговое тестирование по курсу)	1	40	Контрольно-рейтинговое мероприятие проводится в форме итогового компьютерного тестирования, с автоматическим выбором вопросов. Итоговое тестирование содержит 40 вопросов, затрагивающих все разделы курса судебная экономическая экспертиза и позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 40 мин. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 40.	зачет
6	6	Промежуточная аттестация	Собеседование по вопросам дисциплины	-	5	В процессе собеседования осуществляется контроль освоения компетенций студентом. Собеседование проводится с целью проверки уровня	зачет

					знаний, умений, приобретенного опыта, понимания студентом основных методов и законов изучаемой дисциплины, возможности дополнительно повысить свой рейтинг. Критерии оценивания: - даны полные, развернутые ответы на заданные вопросы, студент ориентируется в основных категориях курса - 5 баллов; - даны ответы на заданные вопросы, студент ориентируется в основных категориях курса с некоторыми затруднениями - 4 балла; - даны частичные ответы на заданные вопросы, студент имеет затруднения в описании основных категорий курса - 3 балла; - даны поверхностные ответы на заданные вопросы, студент не ориентируется в основных категориях курса - 2 балла; - студент не ответил на большую часть заданных вопросов, имеет существенные затруднения в категориях курса - 1 балл; - студент не ориентируется в основных категориях курса - 0 баллов. Максимальное количество баллов – 5 за задание	
--	--	--	--	--	---	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	На зачете происходит оценивание знаний, умений и приобретенного опыта обучающихся по дисциплине "Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете" на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При недостаточной и/или не устраивающей студента величине рейтинга ему может быть предложено пройти собеседование с преподавателем по основным разделам дисциплины. В результате складывается совокупный рейтинг студента, который позволяет получить зачет по дисциплине, который проставляется в ведомость, зачетную книжку студента. Зачтено: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60% и более. Не зачтено: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
ПК-6	Знает: - перспективы развития электронной коммерции; - особенности функционирования современных медийных площадок; - систему	+	+	+	+	+	+

	инструментов интернет-маркетинга; - особенности функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»						
ПК-6	Умеет: - распределять работы, ресурсы по реализации стратегии интернет-продвижения - составлять систему показателей эффективности интернет-продвижения и корректировать стратегию продвижения в зависимости от них	+		+		++	
ПК-6	Имеет практический опыт: - выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - оценки эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и корректировки стратегии продвижения	++	++	++		++	

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете: методические указания / Т.Е. Коновалова, под ред. Ю.В.Асташовой. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 16 с

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете: методические указания / Т.Е. Коновалова, под ред. Ю.В.Асташовой. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2022. – 16 с

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебник для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 170 с. https://urait.ru/bcode/563613
2	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Инновационный маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 474 с. https://urait.ru/bcode/582996

3	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 277 с. https://urait.ru/bcode/582939
4	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 579 с. https://urait.ru/bcode/583670
5	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 579 с https://urait.ru/bcode/583670

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	114-4 (2)	Компьютеры с выходом в Интернет и подключением к ЭБС
Практические занятия и семинары	570 (2)	Компьютеры с выходом в Интернет и подключением к ЭБС
Зачет	570 (2)	Компьютеры с выходом в Интернет и подключением к ЭБС
Лекции	450 (2)	Компьютер с выходом в Интернет и подключением к ЭБС, проектор, экран, доска