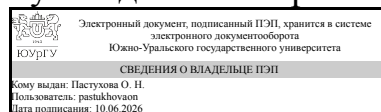


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



О. Н. Пастухова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

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

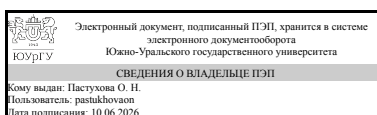
уровень Бакалавриат

форма обучения очная

кафедра-разработчик Экономика, финансы и финансовое право

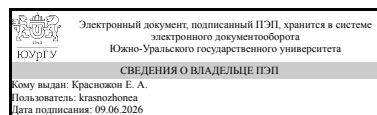
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 970

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



О. Н. Пастухова

Разработчик программы,
старший преподаватель



Е. А. Красножон

1. Цели и задачи дисциплины

Основная цель курса "Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете" заключается в создании у студентов всеобъемлющего понимания предмета электронной коммерции, в том числе используемых в электронной коммерции информационных технологий, технологий ведения бизнеса, социальных технологий. Вспомогательными целями курса является создание у студентов умения реализовать проекты в области электронной коммерции, в том числе умение применять инструменты маркетинга в электронной коммерции, умение оценить результативность инструментов и их влияние на эффективность бизнеса. Курс предназначен для формирования знаний и привития навыков по основным информационным, маркетинговым и бизнес-технологиям, используемым в электронной коммерции. Тематическим ядром курса являются понятия электронная торговля, интернет-маркетинг, мобильная коммерция. В ходе изучения курса у студентов формируется представление о технологиях современной электронной коммерции, в том числе о технологиях работы с большими данными, роли виртуализации и облачных вычислений, мобильности. Курс призван сформировать знания и навыки по применению социальных сетей и интернет-маркетинга, сервисов поисковых систем и мобильных приложений в электронной коммерции.

Краткое содержание дисциплины

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способность обосновывать и выбирать бизнес-возможности реализации решения с точки зрения выбранных целевых показателей деятельности	Знает: предмет электронной коммерции, классификацию моделей электронного бизнеса, подходы к оценке их эффективности Умеет: применять на практике инструменты интернет-маркетинга и продвижения в социальных сетях, составлять и анализировать бизнес-план для предприятия электронной коммерции Имеет практический опыт: оценки эффективности предприятий электронной коммерции; о использования информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товароведной деятельности предприятий электронной коммерции
ПК-2 Владение навыками анализа информации при принятии управленческих решений и моделирования путем их адаптации к конкретным задачам управления в производстве и цифровой экономике	Знает: основы организации электронной торговли, продвижения бизнеса в интернете Умеет: собирать и анализировать информацию для создания сайта для организации электронной торговли, продвижения продукцию в сети Интернет Имеет практический опыт: создания и продвижения Интернет-сайта, SEO оптимизации сайта, продвижения в социальных сетях, создания контекстной рекламы, банерной и

	тизерной рекламы, организации партнерских отношений в сети Интернет, навыками организации коммерческой деятельности в сети Интернет
--	---

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.Ф.06 Управление инновациями	1.Ф.14 Управление результативностью бизнеса, 1.Ф.10 Практикум по виду профессиональной деятельности, 1.Ф.11 Бизнес-планирование, Производственная практика (технологическая, проектно-технологическая) (6 семестр)

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

Дисциплина	Требования
1.Ф.06 Управление инновациями	Знает: основные теоретико-методологические основы управления инновациями, методы и практические рекомендации по организации и целевому развитию групп для реализации конкретных задач инновационного проекта Умеет: сопоставлять разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений в области вопросов управления инновациями, применять методы и модели формирования и функционального взаимодействия групп для реализации конкретных задач инновационного проекта Имеет практический опыт: анализа информации и выбора возможных вариантов решения поставленной задачи в области управления инновациями, оценки достоинств и недостатков инновационного решения, методами и средствами инновационного решения прикладных задач реализации проекта с учетом ограниченных ресурсов

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
		5
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108

Аудиторные занятия:	48	48
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	53,75	53,75
Самостоятельное выполнение домашних заданий.	10	10
Сбор, обработка, анализ и систематизация научно-практической информации, подготовка докладов по заданной тематике	10	10
Подготовка к зачету	27,75	27.75
Работа с учебной и справочной литературой.	6	6
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	Теория и практика электронной коммерции	18	6	12	0
2	Модели бизнеса и монетизации в электронной коммерции	16	6	10	0
3	Роль маркетинга в электронной коммерции	14	4	10	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1-2	1	Понятие электронной коммерции. История возникновения предмета и современные тренды развития электронной коммерции. Соотношение понятий электронной бизнес, электронная коммерция, мобильная коммерция и других. Характерные свойства электронной коммерции, ее составляющие. Экономические основы ведения бизнеса в интернете: теория спроса и конкуренция в онлайн-пространстве. Маркетинг-микс в электронной коммерции. Опыт покупателя в электронной коммерции, точки контакта и ценностное предложение. Классификация предприятий, относящихся к электронной коммерции, различные модели бизнеса в электронной коммерции и их сравнение.	4
3	1	Составляющие электронной коммерции. Информационные технологии, используемые в электронной коммерции. Хранение данных, работа с сайтом и мобильными приложениями. Привлечение клиентов в модели электронной коммерции. Особенности привлечения и удержания в онлайн среде. Системы сбора и анализа данных посещаемости площадки электронной коммерции, в том числе инструменты веб-аналитики. Мониторинг состояния площадки. Инструменты работы с большими данными и принципы построения высоконагруженных информационных систем.	2
4	2	Типы электронных площадок. Электронная торговля, интернет-магазины. Модели маркетплейсов. Модель классифайд-бизнеса. Методы монетизации в электронной коммерции. Их сравнение, преимущества, недостатки и тренды.	2
5	2	Социальная экосистема. Стимулирование продаж через социальные сети и	2

		пиринговые платформы. Социальные сети в предпринимательстве и бизнесе. Блоги в социальной коммерции. Социальные сети в маркетинге. Медиа-коммерция. Нативная реклама.	
6	2	Мобильные приложения и виды их монетизации. Понятие value-added services (VAS). Мобильная торговля. Мобильный банкинг и брокеринг. Мобильные переводы и платежи. Покупка контента и услуг, информационные сервисы. Технологии мобильных платежей, технология NFC и другие.	2
7	3	Аудитория в электронной коммерции. Органический и платный трафик в интернете и на мобильных приложениях. Воронка привлечения пользователя. Конверсии на площадке и что на них влияет. Стоимость привлечения клиента и стоимость его удержания. Юнит-экономика на электронной площадке. Методы оценки эффективности бизнеса в электронной коммерции. Основные бизнес-метрики для онлайн бизнеса, их мониторинг, анализ и принятие решений на основе данных.	2
8	3	Роль интернет-маркетинга в бизнесе, инструменты продвижения в интернете. Performancemarketing. Анализ и сегментация аудитории, конкурентный анализ. Расчет ROI. Инструменты для работы в SMM и email-маркетинге. Цели и задачи SEO-продвижения. Методы работы с баннерной рекламой. Ондайн-реклама: таргетинг и ретаргетинг. Медиапланирование.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1-2	1	Понятие электронной коммерции. История возникновения предмета и современные тренды развития электронной коммерции. Соотношение понятий электронной бизнес, электронная коммерция, мобильная коммерция и других. Характерные свойства электронной коммерции, ее составляющие.	4
3-4	1	Экономические основы ведения бизнеса в интернете: теория спроса и конкуренция в онлайн-пространстве. Маркетинг-микс в электронной коммерции. Опыт покупателя в электронной коммерции, точки контакта и ценностное предложение. Классификация предприятий, относящихся к электронной коммерции, различные модели бизнеса в электронной коммерции и их сравнение.	4
5-6	1	Составляющие электронной коммерции. Информационные технологии, используемые в электронной коммерции. Хранение данных, работа с сайтом и мобильными приложениями. Привлечение клиентов в модели электронной коммерции. Особенности привлечения и удержания в онлайн среде. Системы сбора и анализа данных посещаемости площадки электронной коммерции, в том числе инструменты веб-аналитики. Мониторинг состояния площадки. Инструменты работы с большими данными и принципы построения высоконагруженных информационных систем.	4
7-8	2	Типы электронных площадок. Электронная торговля, интернет-магазины. Модели маркетплейсов. Модель классифайд-бизнеса. Методы монетизации в электронной коммерции. Их сравнение, преимущества, недостатки и тренды.	4
9-10	2	Социальная экосистема. Стимулирование продаж через социальные сети и пиринговые платформы. Социальные сети в предпринимательстве и бизнесе. Блоги в социальной коммерции. Социальные сети в маркетинге. Медиа-коммерция. Нативная реклама.	4
11	2	Мобильные приложения и виды их монетизации. Понятие value-added services (VAS). Мобильная торговля. Мобильный банкинг и брокеринг. Мобильные переводы и платежи. Покупка контента и услуг, информационные сервисы. Технологии мобильных платежей, технология	2

		NFC и другие.	
12-14	3	Аудитория в электронной коммерции. Органический и платный трафик в интернете и на мобильных приложениях. Воронка привлечения пользователя. Конверсии на площадке и что на них влияет. Стоимость привлечения клиента и стоимость его удержания. Юнит-экономика на электронной площадке. Методы оценки эффективности бизнеса в электронной коммерции. Основные бизнес-метрики для онлайн бизнеса, их мониторинг, анализ и принятие решений на основе данных.	6
15-16	3	Роль интернет-маркетинга в бизнесе, инструменты продвижения в интернете. Performanseмаркетинг. Анализ и сегментация аудитории, конкурентный анализ. Расчет ROI. Инструменты для работы в SMM и email-маркетинге. Цели и задачи SEO-продвижения. Методы работы с баннерной рекламой. Ондайн-реклама: таргетинг и ретаргетинг. Медиапланирование.	4

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
Самостоятельное выполнение домашних заданий.	ЭУМД осн. лит. 2 Тема1 с.10-53, Тема 8 с. 146-148, Тема 9 с. 161-180, Тема 10 с.183-244 ЭУМД осн. лит. 1 Тема 2 с. 31-417 ЭУМД доп. лит. 3 Глава 2 с.71-80, глава 3 с.86-112, глава 4 с. 121-130	5	10
Сбор, обработка, анализ и систематизация научно-практической информации, подготовка докладов по заданной тематике	ЭУМД осн. лит. 2 Тема1 с.10-53, Тема 8 с. 146-148, Тема 9 с. 161-180, Тема 10 с.183-244 ЭУМД осн. лит. 1 Тема 2 с. 31-417 ЭУМД доп. лит. 3 Глава 2 с.71-80, глава 3 с.86-112, глава 4 с. 121-130	5	10
Подготовка к зачету	ЭУМД осн. лит 2 Тема 1 с.10-53, Тема 8 с. 146-148, Тема 9 с. 161-180, Тема 10 с.183-244 ЭУМД осн. лит 2 Тема ПУМД осн. лит. 1 -9, доп. лит. 1-4 ЭУМД осн. лит 2 Тема 1с.10-53, Тема 8 с. 146-148, Тема 9 с. 161-180, Тема 2 с. 57-71, тема 4 с. 101-110	5	27,75
Работа с учебной и справочной литературой.	ЭУМД осн. лит. 2 Тема1 с.10-53, Тема 8 с. 146-148, Тема 9 с. 161-180, Тема 10 с.183-244 ЭУМД осн. лит. 1 Тема 2 с. 31-417 ЭУМД доп. лит. 3 Глава 2 с.71-80, глава 3 с.86-112, глава 4 с. 121-130	5	6

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	Семестр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	5	Текущий контроль	Собеседование по темам практических и лекционных занятий раздел 1	0,5	6	Собеседование осуществляется на последнем практическом занятии, посвященном данной теме. Студенту задаются 3 вопроса из списка контрольных вопросов. Время, отведенное на опрос -15 минут. Правильный ответ на вопрос соответствует 2 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 6.	зачет
2	5	Текущий контроль	Собеседование по темам практических и лекционных занятий раздела 2	0,5	6	Собеседование осуществляется на последнем практическом занятии, посвященном данной теме. Студенту задаются 3 вопроса из списка контрольных вопросов. Время, отведенное на опрос -15 минут. Правильный ответ на вопрос соответствует 2 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 6.	зачет
3	5	Текущий контроль	Собеседование по темам практических и лекционных занятий раздела 3	0,5	6	Собеседование осуществляется на последнем практическом занятии, посвященном данной теме. Студенту задаются 3 вопроса из списка контрольных вопросов. Время, отведенное на опрос -15 минут. Правильный ответ на вопрос соответствует 2 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 6.	зачет
4	5	Текущий контроль	Практические задания раздел 1	0,5	5	Решение практических заданий осуществляется на последнем занятии изучаемого раздела. На решение 1 задания отводится 0,5 часа. Каждому студенту дается по 2 задания. Правильное решение задания соответствует 3 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 6.	зачет
5	5	Текущий	Практические	0,5	6	Решение практических заданий	зачет

		контроль	задания раздел 2			осуществляется на последнем занятии изучаемого раздела. На решение 1 задания отводится 0,5 часа. Каждому студенту дается по 2 задания. Правильное решение задания соответствует 3 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 6.	
6	5	Текущий контроль	Практическое задание. Метрики стартапа и экономика продукта	0,5	6	Решение практических заданий осуществляется на последнем занятии изучаемого раздела. На решение 1 задания отводится 0,5 часа. Каждому студенту дается по 2 задания. Правильное решение задания соответствует 3 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 6.	зачет
7	5	Промежуточная аттестация	зачет	-	10	На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся. Рейтинг обучающегося по дисциплине определяется только по результатам текущего контроля. При условии выполнения всех мероприятий текущего контроля и достижении 60 % рейтинга обучающийся получает зачет. При желании повысить рейтинг за курс обучающийся на очном зачете устно опрашивается по билету, сформированному из вопросов, выносимых на зачет. Билет содержит два вопроса. Правильный ответ на вопрос соответствует 5 баллам. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 10.	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся. Рейтинг обучающегося по дисциплине определяется только по результатам текущего контроля. При желании повысить рейтинг за курс обучающийся на очном зачете устно опрашивается по билету, сформированному из вопросов, выносимых на зачет. Подготовка к зачету с оценкой содействует обобщению и закреплению знаний, приведению их в стройную систему, а также устранению возникших в процессе занятий пробелов. Подготовка студента к зачету с оценкой включает в себя три этапа: - самостоятельная работа в	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	течение семестра; - непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса; - подготовка к ответу на вопросы. Перед зачетом студенту необходимо полностью выполнить все задания к практическим занятиям, подготовить и защитить доклад.. Зачет проводится в устной форме по билетам.	
--	---	--

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ						
		1	2	3	4	5	6	7
ПК-1	Знает: предмет электронной коммерции, классификацию моделей электронного бизнеса, подходы к оценке их эффективности	+	+	+				+
ПК-1	Умеет: применять на практике инструменты интернет-маркетинга и продвижения в социальных сетях, составлять и анализировать бизнес-план для предприятия электронной коммерции			+		+	+	+
ПК-1	Имеет практический опыт: оценки эффективности предприятий электронной коммерции; о использования информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товароведной деятельности предприятий электронной коммерции					+	+	+
ПК-2	Знает: основы организации электронной торговли, продвижения бизнеса в интернете	+	+	+				+
ПК-2	Умеет: собирать и анализировать информацию для создания сайт для организации электронной торговли, продвижения продукцию в сети Интернет		+	+		+	+	+
ПК-2	Имеет практический опыт: создания и продвижения Интернет-сайта, SEO оптимизации сайта, продвижения в социальных сетях, создания контекстной рекламы, банерной и тизерной рекламы, организации партнерских отношений в сети Интернет, навыками организации коммерческой деятельности в сети Интернет					+	+	+

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. Методические рекомендации к практическим занятиям по разделу
- 2.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Методические рекомендации к практическим занятиям по разделу
- 2.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	ЭБС IPR SMART	Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2021. — 592 с. — ISBN 978-5-91359-065-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/141897.html (дата обращения: 01.08.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2	Основная литература	ЭБС IPR SMART	Кобелев О.А. Электронная коммерция : учебное пособие / Кобелев О.А.. — Москва : Дашков и К, 2020. — 684 с. — ISBN 978-5-394-03474-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/111022.html (дата обращения: 05.05.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3	Дополнительная литература	ЭБС IPR SMART	Сизова, О. В. Управлять электронным предприятием легко. Построй свой бизнес в Интернете / О. В. Сизова, О. П. Смирнова. — Москва, Алматы : Ай Пи Ар Медиа, EDP Hub (Идипи Хаб), 2023. — 164 с. — ISBN 978-5-4497-2170-9, 978-601-81002-2-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/130925.html (дата обращения: 27.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4	Методические пособия для самостоятельной работы студента	ЭБС IPR SMART	Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебное пособие по выполнению практических работ / Л. П. Гаврилов. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2021. — 112 с. — ISBN 5-98003-246-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/142000.html (дата обращения: 01.08.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. ABBYY-FineReader 8(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -Информационные ресурсы ФГУ ФИПС(бессрочно)
2. -Консультант Плюс (Миасс)(31.12.2024)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	214 (1)	Системный блок – 12 шт. Монитор – 12 шт. Доска – 1 шт. Стол студенческий – 4 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стол для компьютера - 13 шт. Стул - 20 шт. Тумба под телевизор – 1 шт. Стеллаж под сумки – 1 шт. Жалюзи - 3 шт.
Зачет	105 (1)	Системный блок – 1 шт. Монитор – 1 шт. Колонки – 2 шт. Мультимедийный проектор – 1 шт. Экран – 1 шт. Парта 3-х местная - 8 шт. Парта 2-х местная - 17 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стул - 2 шт. Доска - 1 шт. Жалюзи - 4 шт. Кафедра - 1 шт.
Самостоятельная работа студента	213 (1)	Системный блок – 12 шт. Монитор – 12 шт. Доска – 1 шт. Стол студенческий – 4 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стол для компьютера - 13 шт. Стул - 20 шт. Тумба под телевизор – 1 шт. Стеллаж под сумки – 1 шт. Жалюзи - 3 шт.
Лекции	105 (1)	Системный блок – 1 шт. Монитор – 1 шт. Колонки – 2 шт. Мультимедийный проектор – 1 шт. Экран – 1 шт. Парта 3-х местная - 8 шт. Парта 2-х местная - 17 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стул - 2 шт. Доска - 1 шт. Жалюзи - 4 шт. Кафедра - 1 шт.