Министерство образования и науки Российской Федерации

Государственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Хабаровская государственная академия экономики и права»

Кафедра логистики и коммерции

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_И.Б. Миронова

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2011 г.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Электронная коммерция

по направлению 100700.62 «Торговое дело»

профиль «Коммерция»

очной формы обучения

Хабаровск 2011

**1. Цели и задачи дисциплины:**

**1.1. Цели дисциплины:** овладение студентами системой знаний по дисциплине «электронная коммерция», позволяющей свободно ориентироваться и работать в условиях реально действующей экономики.

**1.2. Задачи курса:**

* выявить генезис, состо­яние, проблемы и тенденции в развитии электронной коммерции,
* изучить по­нятийный аппарат, инструментарий и классификацию систем,
* познакомить с принципами оценки эффективности и обеспечения безопасности электронной коммерции,
* овладеть приемами и правилами маркетинговых коммуникаций в Интернете.

**Предметом** дисциплины «Электронная коммерция» является изучение основ организации процесса установления коммерческих связей в электронном пространстве.

**Объектом** изучения являются предприятия электронной торговли.

2. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Электронная коммерция» связана с дисциплинами:   
 , «Коммерческая деятельность», «Маркетинг» «Сетевая   
 организация бизнеса в торговле», «Управление продажами».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

3.1. Профессиональные компетенции:

* способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-4);
* готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговою информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-6);
* способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-  
  технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с   
  использованием информационных технологий (ПК-18);

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

* понятие и содержание электронной коммерции;
* факторы, определяющие специфику осуществления и развития электронной коммерции;
* виды, формы организации электронной коммерции;
* характеристику основных инструментов электронной коммерции;
* основы безопасности электронной коммерции;
* особенности организации электронного документооборота при установлении коммерческих связей и др.;

**Уметь:**

* выбирать рациональную и эффективную форму организации электронного бизнеса;
* применять в практической деятельности инструменты Интернет-маркетинга;
* пользоваться основными возможностями платежных систем электронной коммерции и др.;

**Иметь представление:**

* об особенностях внедрения технологий электронной коммерции;
* о проблемах и перспективах развития электронной коммерции.

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид учебной работы | Всего часов/  зачетных единиц | Семестры | | | |
| 7 |  |  |  |
| Аудиторные занятия (всего),  в том числе | 42 | 42 |  |  |  |
| Лекции | 14 | 14 |  |  |  |
| Практические занятия (ПЗ) |  |  |  |  |  |
| Лабораторные занятия | 28 | 28 |  |  |  |
| Самостоятельная работа (всего), в том числе | 66 | 66 |  |  |  |
| Общая трудоемкость: часы  зачетные единицы | 108 | 108 |  |  |  |
| 3 | 3 |  |  |  |