

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Учетно-финансовый факультет
Кафедра бизнес-информатики

УТВЕРЖДАЮ
проректор

_____ П. А. Машаров
«17» апреля 2025 г.
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление
Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	38.03.05 Бизнес-информатика
Направленность (профиль) образовательной программы	Аналитика и управление данными
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Рабочая программа дисциплины **«Электронная коммерция»** для обучающихся по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика (Профиль: Аналитика и управление данными) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от «29» июля 2020 г. № 838 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2025 года.

Разработчик:

доцент кафедры бизнес-информатики,
канд. экон. наук, доцент

А.В. Меркулова

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры бизнес-информатики.
Протокол от 10.04.2025 г. № 8а.

Заведующий кафедрой

Т.О. Загорная

СОГЛАСОВАНО:

Декан учетно-финансового факультета
16.04.2025 г.

Н. В. Алексеенко

Учебно-методическая комиссия учетно-финансового факультета.
Протокол от 15.04.2025 г. № 6.
Председатель

А. А. Блажевич

Руководитель основной образовательной
программы, д-р экон. наук, проф.
10.04.2025 г.

Т. О. Загорная

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: «Рынки ИКТ и организация продаж», «Введение в бизнес-аналитику»; «Управление проектами», «Web - программирование»

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

«Информационный бизнес», «Цифровой маркетинг и социальные сети», используются при прохождении преддипломной практики и написании выпускной квалификационной работы.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	38.03.05 Бизнес-информатика (Профиль: Аналитика и управление данными)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.Б.М7.2 Электронная коммерция
Часть образовательной программы	Базовая (обязательная) часть: Бизнес, движимый информатикой
Количество зачетных единиц / всего часов	3 / 108

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					всего	Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль			
Очная	3	5	17	34	-	57		108	экзамен

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование у студентов понимания сущности ведения бизнеса в виртуальном информационном пространстве.

Задачи:

- изучить основные термины электронной коммерции и их определение;
- рассмотреть историю развития электронной коммерции;
- рассмотреть возможности использования Internet в коммерческой деятельности предприятий;
- изучить основные технологии продвижения в глобальной сети;
- получить необходимые знания для организации деятельности в виртуальной среде;
- овладеть навыками оценивания эффективности деятельности в виртуальной среде.

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Общепрофессиональные компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ОПК – 5. Способен организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий	ОПК-5.И-2. Демонстрирует навыки командной работы.	Знает основы организации электронной коммерции как области применения инновационных методов и средств торговой деятельности; методы оценки эффективности применения инноваций в сфере электронной коммерции. Умеет оценивать эффективность инновационной деятельности в сфере электронной коммерции.

Профессиональные компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ПК-6. Умение проектировать архитектуру электронного предприятия, внедрять новые компоненты ИТ-инфраструктуры	ПК-6.1.заказ разработки программы проектов по созданию, развитию, выводу на рынок и продажам ИТ-продуктов и контроль ее выполнения	Знает основные понятия и термины, отражающие специфику деятельности в сфере создания, коммерческого распространения и применения современных средств вычислительной техники и ИТ, сущность экономики информационного бизнеса, создания, владения и эксплуатации информационных систем, методы оценки эффективности информационных технологий. Умеет анализировать внешние и внутренние факторы и условия, влияющие на деятельность предприятия, определять экономическую эффективность информационных технологий и информационных систем с помощью различных методик, планировать и управлять программами проектов.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Тема 1. Введение в дисциплину	Понятие электронной коммерции. Субъекты электронной коммерции. Преимущества электронной коммерции Системы электронной коммерции. B2B. B2C. C2B. C2C. G2B. G2C. C2G. G2G Актуальность электронного бизнеса в современном мире
Тема 2. Системы электронного бизнеса	Что такое системы электронного бизнеса? Роль Интернета в бизнесе. Роль Web-сайта в электронном бизнесе. Создание Web-сайта и требования к нему. Система управления взаимоотношениями с клиентами

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
	(CRM) и ее составляющие. Система управления содержимым (SCM) и ее функции. Электронный документооборот и его технологии. Уровни развития систем электронного бизнеса.
Тема 3 Понятие веб-сайта	Виды современных веб-сайтов. Сайт визитка. Корпоративный сайт. Презентационный сайт. Электронный магазин. Контент-проект. Портал. Комьюнити. Структура коммерческого веб-сайта. CMS - Система управления содержанием веб-сайта.
Тема 4 Электронные магазины	Задачи электронных магазинов. Задачи управления электронным магазином. Аудитория электронных магазинов. Структура интернет-магазина. Юзабилити интернет-магазинов
Тема 5 Интернет-маркетинг	Особенности, инструменты, приемы, стратегические подходы.
Тема 6 Реклама в Интернете и ее особенности	Реклама оффлайновых товаров и услуг. Реклама интернет-ресурсов. Баннерная реклама. E-mail рассылка. Контекстная реклама. Реклама в блогах, форумах, социальных сетях. Вирусный маркетинг
Тема 7 Денежные расчеты в электронной коммерции	Расчеты банковскими платежными картами. Электронные платежные системы в Интернет. Крупнейшие российские платежные системы.
Тема.8 Безопасность бизнеса в Интернете	Безопасность бизнеса в Интернете

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1.Форма обучения – очная, курс – 3, семестр – 5

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
1. Введение в дисциплину	2	4	-	7	13
2. Системы электронного бизнеса	2	4	-	7	13
3. Понятие веб-сайта	2	4	-	7	13
4. Электронные магазины	2	4	-	7	13
5. Интернет-маркетинг	3	6	-	7	16
6. Реклама в Интернете и ее особенности	2	4	-	7	13
7. Денежные расчеты в электронной коммерции	2	4	-	7	13
8. Безопасность бизнеса в Интернете	2	4	-	8	14
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	17	34	-	57	108

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

1. Понятие электронной коммерции.
2. Субъекты электронной коммерции.
3. Преимущества электронной коммерции
4. Системы электронной коммерции.
5. Модель B2B.
6. Модель B2C.
7. Модель C2B.
8. Модель C2C.
9. Модель G2B.

10. Модель G2C.
11. Модель C2G.
12. Модель G2G
13. Виды современных веб-сайтов.
14. Сайт визитка.
15. Корпоративный сайт.
16. Презентационный сайт.
17. Электронный магазин.
18. Контент-проект.
19. Портал.
20. Коммьюнити.
21. Структура коммерческого веб-сайта.
22. CMS - Система управления содержанием веб-сайта.
23. Задачи корпоративного сайта.
24. Требования к корпоративному сайту.
25. Стандартные разделы корпоративного сайта.
26. Задачи электронных магазинов.
27. Аудитория электронных магазинов.
28. Структура интернет-магазина.
29. Юзабилити интернет-магазинов
30. Сущность партнерского маркетинга.
31. Виды партнерских программ.
32. Аукцион.
33. Цели интернет-аукционов.
34. Классификация аукционов.
35. Процесс продажи товаров с помощью онлайн-аукциона.
36. Расчеты банковскими платежными картами.
37. Электронные платежные системы в Интернет.
38. Крупнейшие российские платежные системы.
39. Реклама оффлайн-товаров и услуг.
40. Реклама интернет-ресурсов.
41. Баннерная реклама.
42. E-mail рассылка.
43. Контекстная реклама.
44. Реклама в блогах, форумах, социальных сетях.
45. Вирусный маркетинг

7.2. Темы рефератов

1. Работа с поисковыми серверами.
2. Работа со специализированными базами данных в сети Интернет.
3. Знакомство с представленными в глобальной сети интернет предприятиями электронной коммерции сектора Business-to-Business (B2B) и Business-to-Customers (B2C).
4. Предприятия электронной коммерции сектора B2B.
5. Модель B2C – бизнес, ориентированный на конечных потребителей – физических лиц.
6. Создание одностраничного продающего сайта.
7. Ценообразование в сети Интернет.
8. Разработка анкет для проведения e-mail-опросов.
9. Правовые проблемы в международной торговле.
10. Расчеты в электронной коммерции.
11. Оценка эффективности медийной Интернет-рекламы.
12. Контекстная реклама.

13. Формирование телекоммуникационной платформы электронного предприятия на основе хостинга.

14. Платежные системы и повышение их надежности как предпосылка развития электронной коммерции.

15. Электронные бизнес-модели в предпринимательстве.

16. Модели планирования электронной коммерции.

17. Оценка качества и эффективности коммерческих веб-сайтов.

18. Корпоративные и торговые площадки.

19. Корпоративные интернет порталы.

20. Федеральные и региональные программы, связанные с электронной коммерцией (электронное правительство, электронная Россия, электронное Подмосковье).

21. Сотовая телефония и электронная коммерция.

22. Инструменты интернет бизнеса.

23. Классификация систем электронного бизнеса.

24. Электронные торговые площадки.

25. Электронные биржи.

26. Защита авторских прав в сети Интернет.

27. Роль электронной почты в электронной коммерции. Проблемы использования электронной почты.

28. Динамика развития Интернета в России.

29. Классификация пользователей и объектов электронной коммерции.

7.3. Темы письменных работ (типы задач)

В середине семестра проводится промежуточная контрольная работа. Задание включает в себя 3 теоретических вопроса, с использованием указанных выше контрольных вопросов и 10 тестовых заданий.

Пример тестовых заданий:

1. Что из перечисленного НЕ относится к видам электронного бизнеса?

- А) электронный аукцион;
- Б) электронное казино;
- В) электронные медицинские услуги;
- Г) электронные банки.

2. Что из перечисленного соответствует понятию «бизнес на интернете»?

- А) поставка технических средств, программных средств, веб-дизайн, программирование и сопутствующие услуги, перепродажа фирм;
- Б) интернет-провайдинг, контент-провайдинг, сервис-провайдинг;
- В) интернет-реклама, интернет-магазины, интернет-аукционы, интернет-расчеты, интернет-маркетинг, интернет-коммерция, информационная подписка, СМИ в Интернете;
- Г) все ответы верны.

3. Что из перечисленного соответствует понятию «бизнес вокруг интернета»?

- А) поставка технических средств, программных средств, веб-дизайн, программирование и сопутствующие услуги, перепродажа фирм;
- Б) интернет-провайдинг, контент-провайдинг, сервис-провайдинг;
- В) интернет-реклама, интернет-магазины, интернет-аукционы, интернет-расчеты, интернет-маркетинг, интернет-коммерция, информационная подписка, СМИ в Интернете;
- Г) электронные банки.

4. Что из перечисленного соответствует понятию «бизнес в интернете»?

- А) интернет-реклама, интернет-магазины, интернет-аукционы, интернет-расчеты, интернет-маркетинг, интернет-коммерция, информационная подписка, СМИ в Интернете;
- Б) поставка технических средств, программных средств, веб-дизайн, программирование и сопутствующие услуги, перепродажа фирм;

В) интернет-провайдинг, контент-провайдинг, сервис-провайдинг;

Г) нет верного ответа.

5. Что из перечисленного соответствует полному определению категории «электронная коммерция»?

А) любые формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с применением возможностей систем;

Б) любые формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с применением возможностей телекоммуникационных технологий сетей;

В) ограниченные формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с применением возможностей информационных и телекоммуникационных технологий систем и сетей;

Г) любые формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с применением возможностей информационных и телекоммуникационных технологий систем и сетей.

6. Что из перечисленного не относится к объектам электронной коммерции?

А) работа;

Б) услуга;

В) товар;

Г) человек.

7. Что из перечисленного НЕ относится к субъектам электронной коммерции?

А) товар;

Б) физические лица;

В) органы власти;

Г) финансовые институты.

8. Что из перечисленного НЕ относится к экономическим выгодам получаемым участниками электронной коммерции?

А) увеличение затрат на проведение рекламы;

Б) сокращение операционных издержек;

В) высокая «скорость» проведения маркетингового исследования ниш рыночных сегментов;

Г) снижение затрат на обмен информацией.

9. Что из перечисленного НЕ относится к экономическим выгодам, получаемым покупателями электронной коммерции?

А) уменьшение затрат, связанных с оформлением акта купли-продажи;

Б) сокращение пути поставки товара покупателю;

В) упрощение процедуры поиска товаров;

Г) увеличение затрат времени на посещение магазинов.

10. Что из перечисленного относится к первой фазе развития электронной коммерции?

А) коммуникации;

Б) односторонний маркетинг;

В) трансформацией бизнес-процессов;

Г) возникновение системы Всемирной паутины.

7.4.Образец содержания экзаменационного билета

1. Дайте ответы на теоретические вопросы:

1. Модель B2C

2. Электронные аукционы: характеристика и алгоритм работы.

3. Юзабилити интернет-магазинов.

В случае ведения учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, содержание билета может отличаться от приведенного.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

Виды работ	Баллы
Организационно-учебная работа студента в аудитории	40
Самостоятельная (индивидуальная) работа	15
Контрольная работа	5
ИТОГО	60
Экзамен	40
Общий итог за семестр	100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия по дисциплине «Электронная коммерция» проводятся в 8-м учебном корпусе (г. Донецк, ул. Челюскинцев, д. 198а) университета. Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Индивидуальные и групповые консультации студентам для проведения самостоятельной работы предоставляются на кафедре бизнес-информатики, находящейся в 8 учебном корпусе (ауд. 518).

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методическом кабинете 8-го учебного корпуса (ауд. 105), материально-техническую базу учебной лаборатории «Бизнес-информатики» кафедры «Бизнес - информатики».

В процессе обучения студенты имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине «Электронная коммерция», размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

10. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

10.1. Основная литература

1. Быстренина И.Е. Электронная коммерция : учебное пособие / Быстренина И.Е.. — Москва : Дашков и К, 2019. — 90 с.
2. Информационные технологии и управление предприятием / В. В. Баронов, Г. Н. Калянов, Ю. Н. Попов, И. Н. Титовский. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 327 с.
3. Кобелев О.А. Электронная коммерция : учебное пособие / Кобелев О.А.. — Москва : Дашков и К, 2020. — 684 с.
4. Маркетинг инноваций: учебное пособие / сост. Т.О. Загорная, А.В. Меркулова — Донецк: ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», 2021. — 130 с.

10.2. Дополнительная литература

1. Донченко, Я. А. Современные технологии управления в экономике: курс лекций / Я. А. Донченко. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2020. — 181 с.
2. Информационные технологии в бизнесе : учебное пособие / Н. В. Молоткова, М. А. Блюм, Н. В. Дюженкова [и др.]. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019.
3. Кудряшов, А. А. Электронный бизнес : учебное пособие / А. А. Кудряшов. — Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2017. — 175 с.
4. Курчеева Г.И. Информационное и программное обеспечение электронного бизнеса : учебное пособие / Курчеева Г.И., Бакаев М.А., Хворостов В.А.. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. — 107 с.

11. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Полные справочники по законодательству Российской Федерации. — URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 01.01.2023). — Текст : электронный.
2. Федеральная служба государственной статистики. — URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 01.01.2023). — Текст : электронный.
3. Вестник Донецкого национального университета [Текст]: научный журнал. Серия В. Экономика и право. — URL: <http://donnu.ru/science/journals> (дата обращения: 01.01.2023). — Текст : электронный.
4. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека: сайт. — Москва, 2000- . — URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). — Режим доступа: для авторизов. пользователей. —Текст: электронный.
5. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». — Москва, 2014- . — URL: <https://cyberleninka.ru/>. — Режим доступа: свободный. — Текст: электронный.
6. Национальная электронная библиотека (НЭБ): федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. — Москва, 2019- . — URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). — Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. — Текст: электронный.
7. Университетская библиотека онлайн : электрон. библиотечная система. — ООО «Директ-Медиа», 2006. — URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) — Режим доступа: для авторизов. пользователей. — Текст : электронный.
8. ЭБС Юрайт: электронная библиотечная система: сайт. — Москва, 2013. — URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). — Режим доступа: для авторизов. пользователей. — Текст: электронный.
9. Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). — Режим доступа: для авторизов. пользователей. — Текст: электронный.

10. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

11. **Электронный архив ДонГУ:** раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

12. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

12. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).