

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"

Авторы-составители: **Антинескул Екатерина Александровна**

Рабочая программа дисциплины
ДИДЖИТАЛ КОММЕРЦИЯ
Код УМК 97263

Утверждено
Протокол №10
от «08» июня 2022 г.

Пермь, 2022

1. Наименование дисциплины

Диджитал коммерция

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление подготовки: **38.03.06** Торговое дело
направленность Маркетинг и коммерция

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Диджитал коммерция** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

38.03.06 Торговое дело (направленность : Маркетинг и коммерция)

ОПК.5 Владеет знанием основ современной философии и концепций управления персоналом

Индикаторы

ОПК.5.1 Понимает сущность и задачи, принципы и методы управления персоналом

ОПК.5.2 Оценивает варианты способов, методов и технологий управления персоналом для выполнения задач в рамках своей профессиональной деятельности

ПК.2 Способен формулировать управленческие решения с использованием инструментов комплекса маркетинга на основе маркетинговых исследований

Индикаторы

ПК.2.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж

ПК.3 Способен осуществлять организацию процессов анализа требований к обслуживанию и сервису и управление взаимоотношениями с потребителями продукции

Индикаторы

ПК.3.1 Осуществляет разработку и обоснование предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами

ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции

4. Объем и содержание дисциплины

Направление подготовки	38.03.06 Торговое дело (направленность: Маркетинг и коммерция)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	6
Объем дисциплины (з.е.)	4
Объем дисциплины (ак.час.)	144
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	56
Проведение лекционных занятий	28
Проведение практических занятий, семинаров	28
Самостоятельная работа (ак.час.)	88
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Письменное контрольное мероприятие (3)
Формы промежуточной аттестации	Экзамен (6 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Диджитал коммерция

Входной контроль

Определение понятия диджитал коммерции. Методы разработки стратегий диджитал маркетинга

Происхождение и сущность сетевой экономики

Определение понятий сетевой экономики. Методы реализации сетевой экономики

Диджитал коммерция как инструмент трансформации традиционных бизнес-процессов

Методы реализации стратегий диджитал коммерции. Разработка системы реализации стратегий диджитал коммерции

Интернет-маркетинг и веб-аналитика

Актуальные методы интернет-маркетинга, методы продвижения в поиске и управления репутацией в сети, таргетированная реклама на самых популярных площадках, а также контекстная реклама

Информационная безопасность в сфере диджитал коммерции

Электронная коммерция – понятие, формы, технология функционирования интернет-магазина, безопасность электронной коммерции, виды угроз электронной коммерции, обеспечение безопасности электронной коммерции

Проблемы и перспективы развития диджитал коммерции в России

Мировые тенденции в диджитал коммерции, новые форматы в диджитал коммерции

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/99365.html>
2. Бизнес-планирование : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Экономика» и «Менеджмент» / В. З. Черняк, Н. Д. Эриашвили, Ю. Т. Ахвледиани [и др.] ; под редакцией В. З. Черняк, Г. Г. Чараев. — 4-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 591 с. — ISBN 978-5-238-01812-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/71209>
3. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/432128>
4. Маркетинг и менеджмент в условиях цифровизации экономики : монография / Е. Д. Щетинина, М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева [и др.] ; под редакцией Е. Д. Щетининой. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 192 с. — ISBN 978-5-361-00864-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <https://www.iprbookshop.ru/110209>
5. Электронная коммерция: учеб. пособие.-М.:Экономистъ,2005, ISBN 5-98118-103-6.-287.
6. Безопасность ИТ:[Криптографические основы безопасности. Основы информационной безопасности. Протоколы безопасного сетевого взаимодействия. Стандарты информационной безопасности]/Интернет-Университет информационных технологий.-Москва:Новый диск,2006.-1.

Дополнительная:

1. Маркетинг и менеджмент в условиях цифровизации экономики : монография / Е. Д. Щетинина, М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева [и др.] ; под редакцией Е. Д. Щетининой. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 192 с. — ISBN 978-5-361-00864-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <https://www.iprbookshop.ru/110209>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

www.torgrus.com Информационный портал Российская торговля

www.torgexpert.ru Информационный портал Эксперт

www.itcam.ru www.itcam.ru

www.vernikov.ru www.vernikov.ru

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Диджитал коммерция** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
2. Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
3. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
4. Офисный пакет приложений;
5. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
6. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель);
7. Программа для просмотра интернет контента (браузер);
8. Облачные сервисы, размещенные в сети Интернет в свободном доступе и не требующие лицензионной платы: Trello.com, ZOOM//jitsi, GoogleDocs;
9. Редактор файлов от Яндекс.Диск, Google

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**student.psu.ru**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
2. Самостоятельная работа - аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.
3. Текущий контроль - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
4. Лекционные занятия - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
5. Индивидуальные и групповые консультации - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или

маркерной доской.

В случае инклюзивного обучения занятия будут проводиться в корпусе 8, имеющем пандус, лифт.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Диджитал коммерция**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания**

ОПК.5

Владеет знанием основ современной философии и концепций управления персоналом

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ОПК.5.2 Оценивает варианты способов, методов и технологий управления персоналом для выполнения задач в рамках своей профессиональной деятельности</p>	<p>Знать систему реализации стратегий диджитал маркетинга, особенности B2C и B2B стартегий диджитал маркетинга</p>	<p align="center">Неудовлетворител Не знает систему реализации стратегий диджитал маркетинга, особенности B2C и B2B стартегий диджитал маркетинга</p> <p align="center">Удовлетворительн Знает частично систему реализации стратегий диджитал маркетинга, особенности B2C и B2B стартегий диджитал маркетинга</p> <p align="center">Хорошо Знает, допуская ошибки, систему реализации стратегий диджитал маркетинга, особенности B2C и B2B стартегий диджитал маркетинга</p> <p align="center">Отлично Знает систему реализации стратегий диджитал маркетинга, особенности B2C и B2B стартегий диджитал маркетинга</p>
<p>ОПК.5.1 Понимает сущность и задачи, принципы и методы управления персоналом</p>	<p>Уметь проводить прогнозное моделирование и экспертизу стратегий диджитал маркетинга, знать методы определения эффективности стратегий диджитал маркетинга</p>	<p align="center">Неудовлетворител Не умеет проводить прогнозное моделирование и экспертизу стратегий диджитал маркетинга, не знает методы определения эффективности стратегий диджитал маркетинга</p> <p align="center">Удовлетворительн Умеет частично проводить прогнозное моделирование и экспертизу стратегий диджитал маркетинга, знает методы определения эффективности стратегий диджитал маркетинга</p> <p align="center">Хорошо Умеет, допуская ошибки, проводить прогнозное моделирование и экспертизу стратегий диджитал маркетинга, знает методы определения эффективности стратегий диджитал маркетинга</p> <p align="center">Отлично</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p>Отлично</p> <p>Умеет проводить прогнозное моделирование и экспертизу стратегий диджитал маркетинга, знает методы определения эффективности стратегий диджитал маркетинга</p>

ПК.3

Способен осуществлять организацию процессов анализа требований к обслуживанию и сервису и управление взаимоотношениями с потребителями продукции

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.3.1</p> <p>Осуществляет разработку и обоснование предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами</p>	<p>Знать особенности процесса разработки стратегий диджитал маркетинга, достигая целей продвижения организации</p>	<p>Неудовлетворител</p> <p>Не знает особенности процесса разработки стратегий диджитал маркетинга, достигая целей продвижения организации</p> <p>Удовлетворительн</p> <p>Знает частично особенности процесса разработки стратегий диджитал маркетинга, достигая целей продвижения организации</p> <p>Хорошо</p> <p>Знает, допуская ошибки, особенности процесса разработки стратегий диджитал маркетинга, достигая целей продвижения организации</p> <p>Отлично</p> <p>Знает особенности процесса разработки стратегий диджитал маркетинга, достигая целей продвижения организации</p>
<p>ПК.3.2</p> <p>Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок,</p>	<p>Знать методы совершенствования систем сбыта и продаж в диджитал пространстве</p>	<p>Неудовлетворител</p> <p>Не знает методы совершенствования систем сбыта и продаж в диджитал пространстве</p> <p>Удовлетворительн</p> <p>Знает, допуская ошибки, методы совершенствования систем сбыта и продаж в диджитал пространстве</p> <p>Хорошо</p> <p>Знает частично методы совершенствования систем сбыта и продаж в диджитал пространстве</p> <p>Отлично</p> <p>Знает методы совершенствования систем сбыта и продаж в диджитал пространстве</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции		

ПК.2

Способен формулировать управленческие решения с использованием инструментов комплекса маркетинга на основе маркетинговых исследований

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ПК.2.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	Знать методы взаимодействия с потребителями, каналы взаимодействия в диджитал пространстве	<p>Неудовлетворител Не знает методы взаимодействия с потребителями, каналы взаимодействия в диджитал пространстве</p> <p>Удовлетворительн Знает, допуская ошибки, методы взаимодействия с потребителями, каналы взаимодействия в диджитал пространстве</p> <p>Хорошо Знает частично методы взаимодействия с потребителями, каналы взаимодействия в диджитал пространстве</p> <p>Отлично Знает методы взаимодействия с потребителями, каналы взаимодействия в диджитал пространстве</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Входной контроль Входное тестирование	Знать основные термины маркетинга, комплекс маркетинга и виды маркетинговой среды предприятия

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.2.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж</p> <p>ПК.3.1 Осуществляет разработку и обоснование предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами</p> <p>ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p> <p>ОПК.5.1 Понимает сущность и задачи, принципы и методы управления персоналом</p> <p>ОПК.5.2 Оценивает варианты способов, методов и технологий управления персоналом для выполнения задач в рамках своей профессиональной деятельности</p>	<p>Диджитал коммерция как инструмент трансформации традиционных бизнес-процессов</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>Знать особенности и тенденции диджитал коммерции</p>

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.2.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж</p> <p>ПК.3.1 Осуществляет разработку и обоснование предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами</p> <p>ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p> <p>ОПК.5.1 Понимает сущность и задачи, принципы и методы управления персоналом</p> <p>ОПК.5.2 Оценивает варианты способов, методов и технологий управления персоналом для выполнения задач в рамках своей профессиональной деятельности</p>	<p>Интернет-маркетинг и веб-аналитика</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>Знание специфики реализации диджитал стратегий на рынках B2C и B2B: требования к каналам и инструментам</p>

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.2.3 Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж</p> <p>ПК.3.1 Осуществляет разработку и обоснование предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами</p> <p>ПК.3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции</p> <p>ОПК.5.1 Понимает сущность и задачи, принципы и методы управления персоналом</p> <p>ОПК.5.2 Оценивает варианты способов, методов и технологий управления персоналом для выполнения задач в рамках своей профессиональной деятельности</p>	<p>Проблемы и перспективы развития диджитал коммерции в России</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>Умение определять и обосновывать эффективность разработанной стратегии диджитал маркетинга</p>

Спецификация мероприятий текущего контроля

Входной контроль

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	6
61-80% правильных ответов	5
41-60% правильных ответов	3
менее 41% правильных ответов	2

Диджитал коммерция как инструмент трансформации традиционных бизнес-процессов

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	12

Интернет-маркетинг и веб-аналитика

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-80% правильных ответов	23
41-60% правильных ответов	17
менее 41% правильных ответов	12

Проблемы и перспективы развития диджитал коммерции в России

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	40
61-80% правильных ответов	32
41-60% правильных ответов	

	23
менее 41% правильных ответов	16