

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ДВ.1.1 Электронные торговые площадки»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.06 Торговое дело

(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа академического бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2016

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

наименование кафедры

протокол № 9 от "15" 02 2016 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

наименование кафедры

подпись

 О.М. Калиева

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент

должность

подпись

 Н.В. Лужнова

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.06 Торговое дело

код наименование

личная подпись

 О.М. Калиева

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

 личная подпись

Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

 личная подпись

Н.В. Лужнова

расшифровка подписи

№ регистрации 43280

© Лужнова Н.В., 2016
© ОГУ, 2016

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины: формирование у студентов теоретических и практических навыков работы на электронных торговых площадках с использованием современных информационных технологий.

Задачи:

- изучение особенностей функционирования электронных торговых площадок потребительского рынка товаров и услуг;
- изучение основ торговли в электронном пространстве;
- обеспечение навыков работы в Интернете на электронных торговых площадках;
- освоение процедуры участия в электронных аукционах и торгах.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.В.ОД.13 Электронная коммерция*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<p>Знать: способы выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров с помощью электронных торговых площадок.</p> <p>Уметь: формировать с помощью электронных маркетинговых коммуникаций потребности покупателей товаров в электронном пространстве.</p> <p>Владеть: навыками анализа маркетинговой информации и конъюнктуру товарного рынка в электронном пространстве.</p>	ПК-3 готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
<p>Знать: инновационные методы, средства и технологии в области электронной коммерции.</p> <p>Уметь: использовать инновационные методы организации работы коммерческого предприятия на электронных торговых площадках.</p> <p>Владеть: навыками разработки инновационных методов, средств и технологий в области деятельности на электронных торговых площадках.</p>	ПК-11 способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
<p>Знать: характеристики электронных торгово-технологических, маркетинговых, рекламных и логистических процессов для разработки проектов профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: использовать информационные технологии для оценки электронных торговых площадок для реализации проектов профессиональной деятельности по организации электронных</p>	ПК-12 способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные,

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
закупок. Владеть: практическими навыками участия в электронных торгах для реализации процессов закупки в государственной организации или на коммерческом предприятии.	и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	8 семестр	всего
Общая трудоёмкость	108	108
Контактная работа:	16,25	16,25
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - написание реферата (Р); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям.)	91,75	91,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Понятие и функции электронной торговой площадки в системе электронной коммерции	34	2	2		30
2	Виды электронных торговых площадок	40	4	4		32
3	Механизм участия в электронных торгах и системы безопасности операций на электронных рынках	34	2	2		30
	Итого:	108	8	8		92
	Всего:	108	8	8		92

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел № 1 Понятие и функции электронной торговой площадки в системе электронной коммерции

Становление российского электронного правительства. Понятие электронной коммерции. Структура рынка электронной коммерции и место электронных торговых площадок. Сущность электронной торговой площадки. Функции электронных торговых площадок. Преимущества работы на электронных торговых площадках.

Раздел № 2 Виды электронных торговых площадок

Федеральные электронные торговые площадки: ЗАО «Сбербанк — Автоматизированная система торгов» (Сбербанк-АСТ); АО «Единая Электронная Торговая Площадка»; ФГУП «Агентство по государственному заказу, инвестиционной деятельности и межрегиональным связям Республики Татарстан» (Система Электронных Торгов); ООО «РТС — тендер» (РТС – Тендер); ЗАО «ММВБ — Информационные технологии» (ЭТП «ММВБ-ИТ»). Федеральный закон от 05.04.2013 г. №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Коммерческие электронные площадки электронных торгов: Центр электронных торгов B2b-center; Торговый портал «Фабрикант»; Отраслевая и межрегиональная электронная торговая площадка «Аукционный Конкурсный Дом». Ассоциация электронных торговых площадок.

Раздел № 3 Механизм участия в электронных торгах и системы безопасности операций на электронных рынках

Механизмы размещения заказов. Требования к участникам размещения закупок при размещении закупок путем проведения аукциона в электронной форме. Виды и источники угроз системам электронной коммерции. Принципы создания и методика построения безопасности электронной коммерции. Получение Электронной Цифровой Подписи (ЭЦП) для электронных торгов. Аккредитация на электронной площадке.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Понятие и функции электронной торговой площадки в системе электронной коммерции	2
2	2	Федеральные электронные торговые площадки	2
3	2	Коммерческие электронные торговые площадки	2
4	3	Механизм участия в электронных торгах и системы безопасности операций на электронных рынках	2
		Итого:	8

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Васильев Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие [Электронный ресурс] / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 184 с. - ISBN: 978-5-238-01346-6. - ЭБС «Znanium». - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=883932>
2. Электронная коммерция: учебное пособие - М. : Дашков и Ко, 2015. - 684 с. - ISBN 978-5-394-01738-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112231>.

5.2 Дополнительная литература

1. Агапов, А. В. Обработка и обеспечение безопасности электронных данных [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. В. Агапов, Т. В. Алексеева, А. В. Васильев и др.; под ред. Д. В. Денисова. - М.: МФПУ Синергия, 2012. - 592 с. - (Сдаем госэкзамен). <http://znanium.com/bookread.php?book=451354>
2. Покровская, Л.Л. Электронная коммерция в сфере информационных услуг : монография / Л.Л. Покровская, А.А. Копачев ; науч. ред. Р.Р. Фокин. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 182 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-2535-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258790>.

5.3 Периодические издания

1. Практический маркетинг : журнал. - М. : Агентство "BCI Marketing", 2016, 2017.
2. Российское предпринимательство : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
3. Экономика и управление : журнал. - СПб. : Агентство "Роспечать", 2016.
4. Экономическая наука современной России : информационный бюллетень: журнал. - М. : ВИНТИ, 2016, 2017, 2018.
5. Экономические науки : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
6. Экономическое развитие России : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
7. Эксперт : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

5.4 Интернет-ресурсы

1. Новости электронной коммерции <http://vk.com/newsemoneycom>
2. Электронная коммерция <http://rusbase.com/tag/eCommerce/>
3. Электронная торговая площадка <http://www.goszakupki.by/>
4. Главный портал закупок <http://zakupki.gov.ru>
5. Всероссийская электронная торговая площадка <https://торговая-площадка-вэп.рф>
6. Госзаказ - государственные закупки, конкурсы и тендеры. URL: <http://goszakaz.ru/concurs/respons/8>
7. Электронная торговая площадка Сбербанк-АСТ <http://www.sberbank-ast.ru> -
8. Электронная торговая площадка ММВБ «ГОСЗАКУПКИ» <http://www.etp-micex.ru>
9. Электронная торговая площадка ООО «РТС-тендер» <http://rts-tender.ru>
10. Электронные торговые площадки ГУП «Агентство по государственному заказу, инвестиционной деятельности и межрегиональным связям Республики Татарстан» www.zakazrf.ru
11. ЕЭТП <http://etp.roseltorg.ru>

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- 1) Операционная система Windows
- 2) Пакет настольных приложений MS Office: MS Word, MS Excel, MS PowerPoint
- 3) Программное обеспечение для маркетинговых исследований: «БЭСТ-Маркетинг» и «Маркетинг-аналитика» (электронная версия)
- 4) Профессиональные базы данных по исследованиям Европейского общества исследований в области маркетинга и общественного мнения (European Society of Marketing Research Professionals) – <https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications>.
- 5) Информационная база данных Минэкономразвития РФ "Информационные системы Министерства в сети Интернет" - www.economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/.
- 6) Профессиональная база данных и реестр рейтингов маркетинговых агентств, вузов и специалистов Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) – <http://www.akarussia.ru/node/5025>.
- 7) КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», 2016. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: [\\fileserv1!\CONSULT\cons.exe](http://fileserv1!\CONSULT\cons.exe)
- 8) ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2016]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: [\\fileserv1\GarantClient\garant.exe](http://fileserv1\GarantClient\garant.exe)
- 9) Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus - <https://www.scopus.com>
- 10) Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com>

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.