

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Никишкина Татьяна Юрьевна
Должность: Директор
Дата подписания: 03.02.2026 09:02:19
Уникальный программный ключ:
0a44cc3e5f5bb746f50173cba89718ffd301d635

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО МОРСКОГО И РЕЧНОГО ТРАНСПОРТА

**ОМСКИЙ ИНСТИТУТ ВОДНОГО ТРАНСПОРТА -
ФИЛИАЛ**

**ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ВОДНОГО ТРАНСПОРТА»**

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по УиНР ВО
ОИВТ (филиал) ФГБОУ ВО «СГУВТ»

Калекин В.В.

« _____ » _____ 20 _____ г.

Шифр дисциплины:

2025.23.03.01

Б1.В.21

(шифр ОПОП)

(шифр дисциплины из учебного плана)

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля):

Электронная коммерция

(полное наименование дисциплины (модуля), в строгом соответствии с учебным планом)

Омск

2025

(год набора)

Составлена _____ доцентом _____ кафедры _____ ЭиУТ
(должность) (сокращенное наименование кафедры)
К.Э.Н. _____, _____ Храпова Е.В.
(ученая степень) (ученое звание) (И.О. Фамилия)

(подпись) (И.О. Фамилия) « _____ » 20 _____ г.
число месяц год

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
экономики и управления на транспорте

от « _____ » _____ 20 _____ г., _____
число месяц год

Зав. кафедрой _____ ЭиУТ _____ И.И. Яновский
(сокращенное наименование кафедры) (подпись) (И.О.Фамилия)

Согласована:

Руководитель ОПОП _____ С.П.Тестов
(подпись) (И.О. Фамилия)

Заведующий библиотекой ОИВТ _____ И.Д. Скоробогатова
(подпись) (И.О. Фамилия)

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Цели дисциплины

Цель изучения дисциплины «Электронная коммерция» в получении теоретических знаний об основных технологиях и методах электронной коммерции, об основных понятиях и закономерностях электронной коммерции, а также практические навыки внедрения электронной коммерции в системе управления предприятием.

Задачами дисциплины являются:

- получение знаний о теоретических основах и практических подходах в решении задач электронной коммерции;
- формирование навыков применения полученных знаний для решения прикладных экономических и коммерческих задач;
- выработка умений и навыков анализа проблем в функциональных областях электронной коммерции и разработки эффективных предложений по их решению.

1.2. Перечень формируемых компетенций

В результате освоения дисциплины (модуля) у обучающегося должны сформироваться следующие компетенции, выраженные через результат обучения по дисциплине (модулю), как часть результата освоения образовательной программы (далее – ОП):

1.2.1. Универсальные компетенции (УК):

1.2.2. Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

1.2.3. Профессиональные компетенции (ПК):

Компетенция		Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
Шифр	Содержание	
ПК-4	Способен разрабатывать мероприятия по интеграции цифровизации в технологические процессы организаций водного транспорта, участвовать в разработке стратегий развития организации водного транспорта в интегрированных транспортно-логистических системах	Знать: - элементы электронной коммерции для решения профессиональных задач. Уметь: - выбирать оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения. Владеть: - методами оценки потребности в ресурсах.

1.2.4. Профессиональные компетенции профиля или специализации (ПКС): дисциплина не формирует профессиональные компетенции профиля или специализации.

1.2.5. Компетентности МК ПДНВ (КМК): дисциплина не формирует компетенции МК ПДНВ (КМК).

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) реализуется в рамках

Часть, формируемая
участниками
образовательных
отношений

основной профессиональной образовательной программы.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах (з.е.) с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Для очной формы обучения:

(очной, очно-заочной или
заочной)

Форма контроля					з.е.	-	Итого акад. часов						Курс 2															
													Сем. 3								Сем. 4							
Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Контр.	Экспертное	Факт	Часов в з.е.	Экспертное	По плану	Контакт часы	СР	Контроль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	ИКР	СР	Контроль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	ИКР	СР	Контроль
	3				3	3	36	108	108	34	74	36	3	108	16		16	2	74									

Для заочной формы обучения:

(очной, очно-заочной или
заочной)

Форма контроля					з.е.		-	Итого акад. часов					Курс 2							
													Летняя сессия							
Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Контр.	Экспертное	Факт	Часов в з.е.	Экспертное	По плану	Контакт часы	СР	Контроль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	ИКР	СР	Контроль
	2				3	3	36	108	108	24	84	18	3	108	12		12		84	

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы и темы дисциплины (модуля) и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах):

№	Разделы и темы дисциплины (модуля)	Виды учебных занятий, включая СР											
		Лек			Лаб			Пр			СР		
		О	ОЗ	З	О	ОЗ	З	О	ОЗ	З	О	ОЗ	З
1	Тема 1. Введение, цели курса. Теория и практика электронной коммерции.	2		2				2		2	10		10
2	Тема 2. Основные технологии электронной коммерции.	2		1				2		1	6		10
3	Тема 3. Модели бизнеса и монетизации в электронной коммерции.	2		2				2		2	10		10
4	Тема 4. Пользовательский опыт в электронной коммерции.	1		1				1		1	6		8
5	Тема 5. Роль маркетинга в электронной коммерции.	2		2				2		2	10		10
6	Тема 6. Роль продукта в электронной коммерции.	2		1				2		1	10		10
7	Тема 7. Интернет-маркетинг.	2		1				2		1	6		8
8	Тема 8. Социальная коммерция.	1		1				1		1	6		8
9	Тема 9. Мобильная коммерция.	2		1				2		1	10		10
ИТОГО		16		12				16		12	74		84

Примечания: О – очная форма обучения, ОЗ – очно-заочная форма обучения, З – заочная форма обучения.

4.2. Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Введение, цели курса. Теория и практика электронной коммерции.

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.

Тема 2. Основные технологии электронной коммерции.

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.

Тема 3. Модели бизнеса и монетизации в электронной коммерции.

Типы электронных площадок. Электронная торговля, интернет-магазины. Модели маркетплейсов. Модель классифайд-бизнеса. Методы монетизации в электронной коммерции. Их сравнение, преимущества, недостатки и тренды.

Тема 4. Пользовательский опыт в электронной коммерции.

Пользовательский опыт в электронной коммерции, точки контакта, онлайн и оффлайн. Сбор и хранение информации о пользовательском опыте. Подходы к анализу пользовательского опыта. UX-исследования, тестирование гипотез и принятие решений в методологии lean.

Тема 5. Роль маркетинга в электронной коммерции.

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.

Тема 6. Роль продукта в электронной коммерции.

Позиционирование площадки электронной коммерции и предложение ценности для клиента (CVP – Customer Value Proposition). Продуктовый подход к развитию бизнеса в электронной коммерции. Project и Product Management. Управление продуктом и базовые компетенции, не обходимые для работы менеджером продукта в электронной коммерции. Взаимодействие продукта и маркетинга в электронной коммерции.

Тема 7. Интернет-маркетинг.

Роль интернет-маркетинга в бизнесе, инструменты продвижения в интернете. Performance маркетинг. 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. Онлайн-реклама: таргетинг и ретаргетинг. Медиапланирование.

Тема 8. Социальная коммерция.

Социальная экосистема. Стимулирование продаж через социальные сети и пириновые плат формы. Социальные сети в предпринимательстве и бизнесе. Блоги в социальной коммерции. Социальные сети в маркетинге. Медиа-коммерция. Нативная реклама.

Тема 9. Мобильная коммерция.

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.

4.3. Содержание лабораторных работ

Не предусмотрено

4.4. Содержание практических занятий

№ раздела (темы) дисциплины	Наименование практических занятий, семинаров
Тема 1. Введение, цели курса. Теория и практика электронной коммерции.	Теоретические основы ведения электронной коммерции
Тема 2. Основные технологии электронной коммерции.	Online-индустрия: основные направления и бизнес-модели электронного бизнеса и коммерции
Тема 3. Модели бизнеса и монетизации в электронной коммерции.	Роль поисковых систем в электронной коммерции и продвижении сайтов
Тема 4. Пользовательский опыт в электронной коммерции.	Разработка и создание сайта предприятия
Тема 5. Роль маркетинга в электронной коммерции.	SEO-оптимизация и продвижение сайта
Тема 6. Роль продукта в электронной коммерции.	Виды интернет-маркетинга и online-реклама
Тема 7. Интернет-маркетинг.	E-mail marketing
Тема 8. Социальная коммерция.	SMM-маркетинг
Тема 9. Мобильная коммерция.	Разработка приложения мобильного бизнеса

4.5. Курсовая работа.

Не предусмотрена.

4.6. Курсовой проект.

Не предусмотрен.

4.7. Самостоятельная работа. Контроль самостоятельной работы

В самостоятельную работу студента входит подготовка к занятиям по дисциплине путём изучения теоретического материала по источникам, указанным в перечне основной и дополнительной литературы, выполнение практических работ, оформление практических заданий и подготовка к их защите.

Контроль самостоятельной работы осуществляется в ходе практических занятий.

4.8. Интерактивные формы обучения

В процессе освоения данной учебной дисциплины интерактивные формы используются при изучении следующих тем:

Раздел (тема) дисциплины	Количество часов		
	О	ОЗ	З
Тема 1. Введение, цели курса. Теория и практика электронной коммерции.	2		1
Тема 2. Основные технологии электронной коммерции.	1		1
Тема 3. Модели бизнеса и монетизации в электронной коммерции.	1		1
Тема 4. Пользовательский опыт в электронной коммерции.	1		1
Тема 5. Роль маркетинга в электронной коммерции.	2		1
Тема 6. Роль продукта в электронной коммерции.	2		1
Тема 7. Интернет-маркетинг	1		1
Тема 8. Социальная коммерция.	1		1
Тема 9. Мобильная коммерция.	1		1
Итого	12		9

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

5.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Показатели оценивания	Описание показателя
Оценка «зачтено»	Обучаемый демонстрирует способность к полной самостоятельности (допускаются консультации с преподавателем по сопутствующим вопросам) в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий с использованием знаний, умений и навыков, полученных в ходе проведения освоения дисциплины, следует считать компетенцию сформированной на высоком уровне. Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне означает способность студента к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи.
Оценка «не зачтено»	Обучаемый не способен самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения, отсутствие самостоятельности в применении умения к использованию методов проведения пред- дипломной практики и неспособность самостоятельно проявить навык повторения решения поставленной задачи по стандартному образцу свидетельствуют об отсутствии сформированной компетенции.

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и (или) навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Очная форма обучения Текущий контроль

Письменная работа

Темы 1, 3 Вопросы для подготовки

1. Электронная коммерция в современном обществе.
2. История возникновения и этапы развития электронной коммерции.
3. Взгляд международных организаций на основные требования и рекомендации по процедурам и правилам электронной коммерции.
4. Динамика мирового рынка электронной коммерции. Воздействие развития электронной коммерции на экономику.
5. Отличительные особенности и тенденции развития электронного бизнеса.
6. Типология предпринимательских процессов на электронном рынке.
7. Сущность и характерные черты электронной коммерции, ее отличия от коммерции традиционной экономики.
8. Основные типы электронной коммерции: Интернет-коммерция, мобильная коммерция, телевизионная коммерция.
9. Общие и отличительные черты электронной коммерции и Интернет-коммерции.
10. Виды и краткая характеристика компьютерных сетей, их общие черты и отличия. Технологии обмена информацией в компьютерных сетях (клиент-серверные системы).

Заочная форма обучения Текущий контроль

1. Письменная работа

Темы 4, 5

Вопросы для подготовки

1. Сущность электронной и мобильной торговли.
2. Оплата и получение товара. Способы доставки товара. Гарантийный сервис.
3. Операции с банковским и страховым продуктами.
4. Интерактивное инвестирование.
5. Сущность и содержание электронных платежей.
6. Транзакции в Internet.
7. Виды электронных платежей. Банковские карты. Электронные чеки. Цифровые деньги. EDI.
8. Требования к платежным системам.
9. Развитие системы электронных платежей в России.
10. Правовое регулирование информационной безопасности электронной коммерции.
11. Состояние нормативной правовой базы в России.
12. Проблемы правового обеспечения электронной коммерции

5.4. Методические рекомендации к проведению итогового контроля по дисциплине

На итоговый контроль выносятся учебный материал, рассмотренный на лекционных и практических занятиях, а также темы, которые были предложены для самостоятельного изучения.

Формой проведения итогового контроля по данной дисциплине является зачет, который проводится в устной форме с использованием билетов, содержащих теоретическую и практическую часть. Также допустимо проведение итогового контроля в письменной форме. О форме проведения итогового контроля студенты должны быть оповещены заблаговременно.

Во время подготовки к ответу на зачете использование справочной литературы не допускается.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. основная учебная литература

Гаврилов, Леонид Петрович. Электронная коммерция [Электронный ресурс] : Учебник и практикум для вузов / Гаврилов Л. П., 2021. 477 с

Крахоткина Е. В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие. направление подготовки 09.03.02 информационные системы и технологии. профиль подготовки «прикладное программирование в информационных системах». бакалавриат, 2016. 129 с.

6.2. дополнительная учебная литература

Гаврилов, Леонид Петрович. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров/Гаврилов Л.П., 2019. 372 с

Электронная коммерция: учебное пособие / О. А. Кобелев ; под ред. проф. С. В. Пирогова. — 5-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 682 с. - ISBN 978-5-394 03474-9. - Текст: электронный.

6.3. Периодические издания

1. Вопросы экономики: журнал. - М.: Редакция журнала «Вопросы экономики», 1929. - Выходит ежемесячно. - ISSN 0042-8736 <http://www.ebiblioteka.ru/browse/publication/664535>
2. Общество и экономика: научный и общественно-политический журнал. - М.: Наука, 1992. - Выходит ежемесячно. - ISSN 0207-3676

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронная библиотечная система «Лань»: <https://e.lanbook.com/>
2. Электронная библиотечная система «Юрайт»: <https://biblio-online.ru/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Операционная система Microsoft Windows 7. © Microsoft Corporation. All Rights Reserved. (<http://www.microsoft.com>).

Пакет прикладных офисных программ, включающий в себя текстовый процессор, средства просмотра pdf-файлов и средства работы с графикой.

Электронно-библиотечная система «Лань».

Электронно-библиотечная система «Юрайт».

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс».

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименование вида образования, уровня образования, профессии, специальности, направления подготовки (для профессионального образования), подвида дополнительного образования	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта (с указанием номера помещения в соответствии с документами бюро технической инвентаризации)
Электронная коммерция	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: доска учебная не менее - 1 шт., наборы демонстрационного оборудования, стенды, плакаты, учебно-наглядные пособия, репродукции, экран для мультимедиа проектора, презентационные материалы, стол не менее – 35 шт., стул не менее – 68 шт.	644099, г. Омск, ул. Ивана Алексеева, д. 2 (№№ 45,48 на поэтажном плане (1П), 5 этаж)
	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: доска учебная не менее - 1 шт., наборы демонстрационного оборудования, стенды, плакаты, учебно-наглядные пособия, репродукции, экран для мультимедиа проектора, презентационные материалы, стол не менее – 35 шт., стул не менее – 68 шт.	
	Помещение для самостоятельной работы: операционная система Windows, сеть "Интернет", пакет программ Microsoft Office, СПС Консультант ПЛЮС, ГАРАНТ, стенды, плакаты, учебно-наглядные пособия, репродукции, экран для мультимедиа проектора, презентационные материалы, стол не менее – 43 шт., стул не менее – 48 шт.	644099, г.Омск, ул. Ивана Алексеева, д. 2 (№№ 52, 53,54,55 на поэтажном плане (1П), 3 этаж)
	Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации: доска учебная не менее - 1 шт., наборы демонстрационного оборудования, стенды, плакаты, учебно-наглядные пособия, репродукции, экран для мультимедиа проектора, презентационные материалы, стол не менее – 35 шт., стул не менее – 68 шт.	644099, г. Омск, ул. Ивана Алексеева, д. 2 (№№ 45,48 на поэтажном плане (1П), 5 этаж)
	Помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций: доска учебная не менее - 1 шт., наборы демонстрационного оборудования, стенды, плакаты, учебно-наглядные пособия, репродукции, экран для мультимедиа проектора, презентационные материалы, стол не менее – 35 шт., стул не менее – 68 шт.	644099, г.Омск, ул. Ивана Алексеева, д. 2 (№№ 52, 53,54,55 на поэтажном плане (1П), 3 этаж)