

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.05.2023 10:34:08  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939675076ef1a987dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»  
Высшая школа промышленной политики и предпринимательства**  
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ И ТОРГОВЛЯ (B2B, B2C, B2G)**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **38.04.01 ЭКОНОМИКА**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### **E-COMMERCE – ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2023 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Электронная коммерция и торговля (B2B, B2C, B2G)» входит в программу магистратуры «E-commerce – Электронная коммерция» по направлению 38.04.01 «Экономика» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра прикладной экономики. Дисциплина состоит из 8 разделов и 24 тем и направлена на изучение инструментов торговли посредством интернет ресурсов и с возможностью позиционирования компании в глобальном рынке на основании грамотного правового поведения и присутствия в правовом и коммерческом поле.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области торговли посредством интернет ресурсов и с возможностью позиционирования компании в глобальном рынке на основании грамотного правового поведения и присутствия в правовом и коммерческом поле. В основе курса заложен системный подход к теоретическим основам и практическим аспектам реализации электронной коммерции как интегрированного направления, охватывающего обширный круг вопросов стратегического и операционного бизнеса, развивающихся на электронном рынке в сочетании с широким диапазоном новых возможностей информационных технологий. Задачами изучения дисциплины являются: - исследование современных типологий электронной коммерции, технических и программных средств применяемых в электронной коммерции, оценка эффективности, деятельности в сфере разработки проектов связанных с электронным бизнесом; - формирование специалиста нового профиля, владеющего инструментарием электронного бизнеса и особенностями работы на различных сегментах глобального и локального рынков.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Электронная коммерция и торговля (B2B, B2C, B2G)» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
УК-6	Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	
ОПК-1	Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач.	
ОПК-2	Способен применять продвинутые	

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	инструментальные методы экономического анализа в прикладных и/или фундаментальных исследованиях.	
ОПК-5	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.	
ПКО-1	Способен осуществлять планирование и организацию электронной коммерции в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Электронная коммерция и торговля (B2B, B2C, B2G)» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Электронная коммерция и торговля (B2B, B2C, B2G)».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели		Стратегическое управление в сфере торговли; <i>Управление проектами**</i> ; <i>Управление отделом продаж**</i> ;
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла		Стратегическое управление в сфере торговли; Управление продажами; <i>Управление проектами**</i> ; <i>Управление отделом продаж**</i> ; НИРМ; Преддипломная практика;
УК-6	Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки		<i>Логистика и управление цепями поставок**</i> ; <i>Financial Management**</i> ; <i>Управление интернет-магазинами и маркетплейсами**</i> ; <i>Управление цифровым продуктом**</i> ;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ОПК-1	Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач.		<i>НИИРМ; Преддипломная практика; Внеэкономическая деятельность; Стратегическое управление в сфере торговли;</i>
ОПК-2	Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и/или фундаментальных исследованиях.		<i>Макроэкономика (продвинутый курс); Управление продажами; НИИРМ; Преддипломная практика;</i>
ОПК-5	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.		<i>НИИРМ; Преддипломная практика; Профессиональный иностранный язык; Digital-маркетинг и продвижение;</i>
ПКО-1	Способен осуществлять планирование и организацию электронной коммерции в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		<i>НИИРМ; Преддипломная практика; Digital-маркетинг и продвижение; Стратегическое управление в сфере торговли; Управление продажами; Правовое регулирование хозяйственной деятельности**; Правовое регулирование ВЭД**; Управление проектами**; Управление отделом продаж**; Логистика и управление цепями поставок**; Financial Management**; Управление интернет-магазинами и маркетплейсами**; Управление цифровым продуктом**; Маркетинговая аналитика больших данных**; Стратегический и GROWTH маркетинг**;</i>

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Электронная коммерция и торговля (B2B, B2C, B2G)» составляет «6» зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)	
			1.1	1.2
Контактная работа, ак.ч.	68		36	32
Лекции (ЛК)	34		18	16
Лабораторные работы (ЛР)	0		0	0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		18	16
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	85		36	49
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	63		0	63
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>216</b>	72	144
	<b>зач.ед.</b>	<b>6</b>	2	4

Общая трудоемкость дисциплины «Электронная коммерция и торговля (B2B, B2C, B2G)» составляет «6» зачетных единиц.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)	
			1.1	1.2
Контактная работа, ак.ч.	68		36	32
Лекции (ЛК)	34		18	16
Лабораторные работы (ЛР)	0		0	0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		18	16
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	112		36	76
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	36		0	36
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>216</b>	72	144
	<b>зач.ед.</b>	<b>6</b>	2	4

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Основные категории электронной коммерции.	1.1	Этапы становления и развития электронной коммерции в России и за рубежом. Диджитализация экономики. Характерные черты «Экономики 3:0» и «Экономики 4:0».	ЛК, СЗ
		1.2	Соотношение понятий «электронный бизнес», «Практикум по электронной коммерции», «мобильная коммерция».	ЛК, СЗ
		1.3	Электронная и мобильная коммерция в сфере услуг. Настоящее и будущее технологии Big Data и ее роль в электронной коммерции.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Правовое регулирование электронной коммерции в России и в мире	2.1	Классификация отношений, возникающих в сфере электронной коммерции.	ЛК, СЗ
		2.2	Договорные и процессуальные аспекты электронной коммерции.	ЛК, СЗ
		2.3	Основные правовые аспекты и правила продажи товаров дистанционным способом в России.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Электронная торговля. Виды торговых площадок	3.1	Сущность и преимущества электронной торговли.	ЛК, СЗ
		3.2	Характеристики основных электронных торговых площадок моделей B2B, B2G, G2B.	ЛК, СЗ
		3.3	«Цифровой» контент и виртуальная собственность.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Интернет-маркетинг	4.1	Сущность интернет-маркетинга.	ЛК, СЗ
		4.2	Характеристика мобильной коммерции.	ЛК, СЗ
		4.3	Характеристика мобильной коммерции.	ЛК, СЗ
Раздел 5	Коммерция в социальных сетях. Инструменты SMM	5.1	Сущность и основные элементы коммерции в социальных сетях.	ЛК, СЗ
		5.2	Использование в маркетинговых коммуникациях краудсорсинговых и коворкинг-технологий.	ЛК, СЗ
		5.3	Сегментация по аудитории на социальных площадках, ее гипертаргетирования с помощью встроенных сервисов платформ.	ЛК, СЗ
Раздел 6	Электронные платежные инструменты	6.1	Структура и динамика электронных платежей.	ЛК, СЗ
		6.2	Нормативно-правовое регулирование деятельности электронных платежных систем.	ЛК, СЗ
		6.3	Требования к электронным платежным системам. Виды платежных систем.	ЛК, СЗ
Раздел 7	Информационные сети электронной коммерции.	7.1	Типы информационных сетей электронного бизнеса.	ЛК, СЗ
		7.2	Защита персональных данных. Требования к защите персональных данных.	ЛК, СЗ
		7.3	Организационно-правовые, технические и экономические мероприятия по обеспечению безопасности электронной коммерции.	ЛК, СЗ
Раздел 8	Направления развития электронной коммерции.	8.1	Инновационные информационные системы для управления электронной коммерцией и многоканальными продажами.	ЛК, СЗ
		8.2	Применение специализированных торговых информационных систем, мобильных приложений и пакетов программ.	ЛК, СЗ
		8.3	Развитие трансграничной розничной торговли.	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	проектор и ноутбук
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	проектор и ноутбук
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	проектор и ноутбук

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 563 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15935-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510301>

2. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14897-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/485411>

### Дополнительная литература:

1. Фомин, В. И. Информационный бизнес : учебник и практикум / В. И. Фомин. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 243 с.

2. Новикова К. В. Интернет-маркетинг и электронная коммерция: учеб.- метод. пособие / К. В. Новикова, А. С. Старатович, Э. А. Медведева; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. — Пермь, 2013. — 78 с.

### Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- ЭБС «Троицкий мост»

## 2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации  
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Электронная коммерция и торговля (B2B, B2C, B2G)».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Электронная коммерция и торговля (B2B, B2C, B2G)» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.



**РАЗРАБОТЧИКИ:**  
доцент кафедры «Прикладная экономика»

Должность, БУП



Подпись

**А.Г. Литвинова**

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**  
кафедры «Прикладная экономика»

Наименование БУП



Подпись

**А.А. Чурсин**

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**  
доцент кафедры «Прикладная экономика»

Должность, БУП



Подпись

**А.А. Островская**

Фамилия И.О.