

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга и торгового дела

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.13 Электронные торговые площадки»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

Маркетинг

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2021

Рабочая программа дисциплины «Б1.Д.В.13 Электронные торговые площадки» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга и торгового дела

наименование кафедры

протокол № 6 от "01" 02 2021г.

Заведующий кафедрой

Кафедра маркетинга и торгового дела

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

38.03.02 Менеджмент, профиль Маркетинг

код наименование

личная подпись

расшифровка подписи

 О.М. Калиева

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

 Н.Н. Бигалиева

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

 Ю.В. Рожкова

расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Лужнова Н.В., 2021

© ОГУ, 2021

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;
- освоение навыков работы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на электронных торговых площадках;
- понимание процедуры участия в электронных аукционах и торгах.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.7 Право, Б1.Д.Б.11 Информатика, Б1.Д.Б.16 Современная концепция маркетинга, Б1.Д.Б.22 Коммерческая деятельность, Б1.Д.В.7 Товароведение и экспертиза товаров*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.В.8 Технология разработки проектирования концепции продукта, Б1.Д.В.9 Управление маркетинговыми проектами, Б1.Д.В.Э.2.1 Маркетинговое информационное пространство, Б1.Д.В.Э.2.2 Электронная коммерция, Б2.П.В.П.1 Преддипломная практика*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-10 Способен организовывать маркетинговую и коммерческую деятельность в цифровом пространстве	ПК*-10-В-1 Знает принципы функционирования электронных торговых площадок ПК*-10-В-2 Способен осуществлять взаимодействие между уровнями структуры цифрового пространства ПК*-10-В-3 Владеет навыками распределения и продвижения в цифровой среде ПК*-10-В-4 Знает элементы системы электронной коммерции ПК*-10-В-5 Способен управлять процессом реализации товаров и услуг в цифровой среде ПК*-10-В-6 Владеет навыками организации коммерческой деятельности в цифровой среде	Знать: - особенности функционирования электронных торговых площадок в цифровом пространстве - особенности торговли в цифровом пространстве Уметь: - взаимодействовать с элементами электронных торговых площадок на всех уровнях структуры цифрового пространства - осуществлять процесс реализации товаров и услуг в цифровом пространстве Владеть: - приемами доступа и участия в электронных торгах для распределения и продвижения товаров и услуг в цифровой среде

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		- навыками организации коммерческой деятельности в цифровом пространстве

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	6 семестр	всего
Общая трудоёмкость	108	108
Контактная работа:	54,25	54,25
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	36	36
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.)	53,75	53,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 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	36	6	12		18
2	Виды электронных торговых площадок	36	6	12		18
3	Механизм участия в электронных торгах и системы безопасности операций на электронных рынках	36	6	12		18
	Итого:	108	18	36		54
	Всего:	108	18	36		54

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, 2, 3	1	Структура рынка электронной коммерции	6
4, 5, 6	1	Понятие и функции электронной торговой площадки в системе электронной коммерции	6
7, 8	2	Виды электронных торговых площадок	4
9, 10	2	Особенности функционирования федеральных электронных торговых площадок	4
11, 12	2	Особенности функционирования коммерческих электронных площадок	4
13, 14	3	Механизм участия в электронных торгах	4
15, 16	3	Системы безопасности операций на электронных рынках	4
17, 18	3	Получение электронной цифровой подписи для участия в электронных торгах	4
		Итого:	36

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная 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. Интернет-маркетинг [Текст] : учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Жильцовой.- 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 301 с. : ил. - (Бакалавр. Академический курс). - На обл. и тит. л.: Книга доступна в электронной библиотечной системе biblio-online.ru. - Библиогр.: с. 276-278. - Прил.: с. 298-301. - ISBN 978-5-534-04238-2.

3. Голик, В. С. Интернет-реклама, или Как делаются деньги в Сети [Текст] / В. С. Голик, А. И. Толкачев. - Москва : Изд-во деловой и учебной литературы, 2006. - 160 с. - Библиогр.: с. 157. - ISBN 5-94486-115-0.

5.2 Дополнительная литература

1. Ахромов, Я. В. Системы электронной коммерции [Текст] : практ. руководство: учеб. пособие для вузов / Я. В. Ахромов. - Москва : Оникс, 2007. - 416 с. : ил. - На обл. в подзагл.: Технология Macromedia Flash MX/8 API, создание интернет-магазина "под ключ", дизайн систем электронной коммерции, создание 3D-интерфейсов на основе API - ISBN 978-5-488-00970-7.

2. Васильев, Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 "Маркетинг", 080301 "Коммерция (торговое дело)" / Г. А. Васильев, Д. А. Забегалин. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 183 с. : ил. - Библиогр.: с. 178. - ISBN 978-5-238-01346-6.

2. Голдовский, И. Безопасность платежей в Интернете [Текст] / И. Голдовский. - СПб. [и др.] : Питер, 2001. - 240 с. : ил. - (Электронная коммерция). - Алф. указ.: с. 239-240. - ISBN 5-318-00562-4.

5.3 Периодические издания

1 Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021.

2 Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021.

3 Маркетинг услуг : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

4 Менеджмент в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017, 2018, 2019, 2020.

5 Практический маркетинг : журнал. - М. : Агентство "BCI Marketing", 2016, 2017

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-вэти.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», 2021. – 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, [1990-2021]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: <\\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.