

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

Кафедра «Международный транспортный менеджмент и управление цепями поставок»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы электронной коммерции»

Направление подготовки:	<u>38.03.02 – Менеджмент</u>
Профиль:	<u>Международные логистические системы</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2018</u>

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины (модуля) «Основы электронной коммерции» являются:

- сформировать у будущих магистров комплекс современных знаний и навыков компьютерных пользователей, способных самостоятельно находить информацию о наиболее эффективных и перспективных путях использования управленческого потенциала современных информационных технологий;
- обучить магистров использовать возможности разнообразных программных продуктов для эффективного решения стандартных задач управленческой практики;
- сформировать профессиональные знания по вопросам общих характеристик проблем, функций и задач менеджмента организации, понятия качества и эффективности реализации задач и функций менеджмента, современных возможностей информационных технологий для повышения качества и эффективности управленческих решений;
- обучить навыкам, необходимым для дальнейшего самообразования с использованием ИКТ.

Главной задачей является обучение магистров во время аудиторных и самостоятельных занятий способам эффективного использования информационных технологий для решения профессиональных задач оптимальными способами.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Основы электронной коммерции" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-7	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК-8	владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

3 зачетные единицы (108 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины «Основы электронной коммерции» осуществляется в форме лекций и практических занятий. Лекции и практические занятия проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме по типу управления познавательной деятельностью. Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем с использованием учебной литературы. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на темы, представляющих собой логически

завершенный объём учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение открытых задач, анализ конкретных ситуаций, работа с данными) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях, решение открытых задач. Проведении занятий по дисциплине (модулю) возможно с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, реализуемые с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников. В процессе проведения занятий с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий применяются современные образовательные технологии, такие как (при необходимости):- использование современных средств коммуникации;- электронная форма обмена материалами;- дистанционная форма групповых и индивидуальных консультаций;- использование компьютерных технологий и программных продуктов, необходимых для сбора и систематизации информации, проведения требуемых программой расчетов и т.д..

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

Раздел 1 Основы электронной коммерции

Роль информации и информационные процессы в системах организационного управления. Базы и хранилища данных. Информационные системы и информационные технологии. Взаимосвязь организаций и информационных систем. Виды информационных систем в организации. Шесть главных типов информационных систем для четырех уровней организаций. Первоочередные задачи руководителя фирмы и роль информационных технологий в их решении. Проблемы внедрения информационных технологий.

Новые возможности управляющих информационных систем в менеджменте. Роли менеджеров и информационных систем в управлении. Менеджеры и системы поддержки управления. Стратегическая роль информационных систем в менеджменте. Исполнительные информационные системы. Системы поддержки принятия решений. Технология добывания данных. Экспертные системы. Искусственный интеллект, нейронные сети. Виртуальная реальность. Географические информационные системы

РАЗДЕЛ 2

Раздел 2 Современные технологии электронной коммерции

1 Менеджер и фирма в информационном обществе: Основные понятия и принципы Intranet/Internet-технологий. Фирма в глобальном информационном пространстве Интернета, новой среде делового общения. Сферы применения Интернета в бизнесе, основные понятия электронной коммерции. Программы поиска информации в Интернете, перспективы развития.

2 Анализ данных о положении фирмы на рынке и составление бизнес-планов: Как разобраться в ворохе данных. Использование статистических пакетов для ответов на вопросы. Обзор популярных статистических пакетов Statistica, Statgraphics. Оценка внешней среды. Стратегии использования Интернета. Оценка внутренних возможностей фирмы и выработка стратегии управления. Позиция продукта и политика

маркетинга. Краткая характеристика пакета Marketing Expert. Производственный процесс и его обеспечение. Бизнес-план как общепринятое средство выражения идей развития фирмы.

РАЗДЕЛ 3

Раздел 3 Технологии корпоративных информационных систем

Корпоративные информационные системы (КИС): Корпоративные информационные системы планирования потребностей производства, стандарты MRP, MRP II. Информационные системы планирования ресурсов и управления предприятием.

Экзамен