

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА (МИИТ)»

СОГЛАСОВАНО:

Выпускающая кафедра Лин
Заведующий кафедрой Лин



Л.А. Чернышова

08 сентября 2017 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

08 сентября 2017 г.

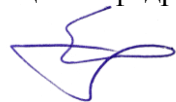
Кафедра "Экономика труда и управление человеческими ресурсами"

Автор Егоров Сергей Владимирович

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Электронная коммерция»

Направление подготовки:	45.03.02 – Лингвистика
Профиль:	Теория и практика межкультурной коммуникации
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2016

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 06 сентября 2017 г. Председатель учебно-методической комиссии  Л.Ф. Кочнева	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 2 04 сентября 2017 г. Заведующий кафедрой  И.А. Епишкин
--	---

Москва 2017 г.

1. Цели освоения учебной дисциплины

Профессиональная деятельность бакалавров-лингвистов предусматривает осуществление межкультурного общения в различных профессиональных сферах с представителями разных культур. Хотя дисциплина «Электронная коммерция» напрямую не связана с направленностью профилей «Перевод и переводоведение» и «Теория и практика межкультурной коммуникации», но она способствует ознакомлению с общими подходами к использованию интернет-технологий в переводоведении и практике межкультурной коммуникации, пониманию и использованию коммерческой терминологии в процессе информационного взаимодействия.

Целью изучения дисциплины является формирование целостного представления об информации и информационных ресурсах, информационных системах и технологиях, их роли в решении задач управления.

Задачами курса являются:

- формирование специалиста нового профиля, владеющего инструментарием современных информационных систем и технологий управления;
- подготовка специалистов, способных обеспечить последовательное движение России к участию в интегрированных процессах глобализации на базе современных информационных технологий.

Дисциплина формирует компетенции, знания, умения и навыки в области моделирования и управления бизнес-процессами в электронной коммерции.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Электронная коммерция" 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-11	владением навыками работы с компьютером как средством получения, обработки и управления информацией
ОПК-12	способностью работать с различными носителями информации, распределенными базами данных и знаний, с глобальными компьютерными сетями
ПК-26	владением стандартными методиками поиска, анализа и обработки материала исследования

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

2 зачетные единицы (72 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии: традиционные - лекции, обсуждение выполнения практических заданий и инновационные методы обучения: открытые лекции специалистов-практиков и предпринимателей из сферы Интернет-бизнеса, круглые столы, моделирование процессов. Все лекции проводятся с использованием мультимедийного оборудования. Все практические задания проводятся с использованием персональных компьютеров с установленным специализированным программным обеспечением и доступом к сети интернет. .

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

РАЗДЕЛ 1

Понятие и сущность электронной коммерции

Понятие и принципы электронной коммерции. История возникновения электронной коммерции.

Теоретические аспекты новой экономики и электронной коммерции: понятийный аппарат, структура и инфраструктура электронной коммерции, факторы экономического роста электронной коммерции, факторы, сдерживающие рост электронной коммерции, позитивные и негативные факторы электронной коммерции, движущие силы электронной коммерции, влияние электронной коммерции на микро- и макроэкономику.

Базовые технологии электронной коммерции. Автоматизированные системы управления ресурсами предприятия. Правовое обеспечение электронной коммерции. Этика электронной коммерции.

РАЗДЕЛ 2

Системы электронной коммерции в бизнес-процессах

Модель B2B в электронной коммерции. Основные процессы электронной коммерции в секторе B2B.

Система управления закупками (e-procurement). Система полного цикла сопровождения поставщиков (SCM-система). Система управления продажами (e-distribution). Система полного цикла сопровождения потребителей (CRM-система). Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки, электронные биржи. Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (e-market).

Системы электронной коммерции в секторе B2C. Классификация систем сектора B2C. Торговые ряды. Интернет-витрины, Интернет-магазины.

Корпоративные представительства в Интернете.

Электронные платежные системы. Понятие электронной платежной системы. Виды электронных систем взаиморасчетов. Пластиковые карты. Риски платежных систем в Интернете, технологии их снижения. Интернет-банкинг. Электронные деньги: понятие, предпосылки возникновения, принципы функционирования. Механизмы создания и осуществление расчетов.

Оценка эффективности систем электронной коммерции

РАЗДЕЛ 3

Интернет-маркетинг

Методы и средства интернет-маркетинга. Методы возврата посетителей и создания постоянной аудитории (комьюнити). Партнерские программы. Веб-кольца. Офлайновая поддержка онлайн-проектов.

Понятие Интернет-рекламы. Стратегии рекламы.

Методы рекламы. Поисковые системы. Участие в рейтингах и регистрация каталогов.
Баннерная реклама. Обмен ссылками. E-mail реклама.
Анализ эффективности Интернет рекламы. Особенности Интернет рекламы

РАЗДЕЛ 4

Электронная коммерция на железнодорожном транспорте
Применение элементов электронной коммерции на российских железных дорогах.
Заключение договоров на перевозку с использованием Интернет. Электронная торговая
площадка транспортных услуг. Пассажирские перевозки и электронная коммерция.
Система резервирования мест «Экспресс».
Закупка материальных ресурсов для железных дорог с помощью методов электронной
коммерции. Организация электронных конкурсных торгов.
Перспективы развития электронной коммерции в железнодорожной отрасли.

Зачет