

Учреждение образования  
«Белорусский государственный экономический университет»

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»

  
\_\_\_\_\_ А.В. Егоров  
«30» 06 2025  
Регистрационный № УД-6531-25/уч.

**ТЕХНОЛОГИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

Учебная программа учреждения образования  
по учебной дисциплине для специальности  
6-05-0413-01 «Коммерция»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта общего высшего образования ОСВО 6-05-0413-01-2023 «Коммерция» и учебного плана по специальности 6-05-0413-01 «Коммерция», профилизация «Электронная коммерция».

#### **СОСТАВИТЕЛИ:**

Л.С. Климченя, доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

А.В. Запольский, доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук.

#### **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

И.А. Шамардина, заведующий кафедрой маркетинга Белорусского национального технического университета, кандидат экономических наук, доцент;

В.С. Голик, заведующий кафедрой маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

#### **РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 7 от 20 февраля 2025 г.);

Методической комиссией по специальностям «Коммерческая деятельность», «Коммерция», «Экономика и управление на рынке недвижимости», «Экономика» с профилизацией «Экономическое и антимонопольное регулирование» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 1 от 11.04.2025);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 6 от 25.06.2025).

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Технологии электронной коммерции» направлена на подготовку специалистов, владеющих навыками, позволяющими на более высоком уровне осуществлять взаимодействие производителей (продавцов) товаров (услуг) с их потребителями, обоснованно определять целевой сегмент и инструменты работы на нем, основанные на информационных и цифровых технологиях.

Являясь наиболее быстро развивающейся составляющей сферы цифровизации экономических отношений, электронная коммерция обеспечивает функциональность и новые способы ведения коммерческой деятельности, которыми невозможно пренебречь в условиях цифровизации экономики. Внедрение технологий и инструментов электронной коммерции выступает сегодня средством решения проблемы создания информационной и технологической базы для развития рынков страны.

**Цель** преподавания учебной дисциплины «Технологии электронной коммерции» – формирование у студентов профессиональных знаний и компетенций в области электронной коммерции, позволяющих находить обоснованные решения внедрения современных торговых технологий в коммерческую деятельность.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- обеспечить теоретическую подготовку будущих специалистов по вопросам электронной коммерции и экономической деятельности в условиях цифровизации экономики;
- ознакомить с методами, приемами и техникой научной, исследовательской и практической работы в информационно-коммуникационной среде;
- изучить системы и формы электронной коммерции и тенденции их развития в отечественной и зарубежной практике;
- сформировать знания о достижениях в области создания единых технологических подходов к продаже и закупкам товаров (услуг);
- сформировать представление об организационном регулировании электронной коммерции;
- привить студентам практические навыки и умения организации и проведения коммерческих операций, базирующихся на использовании информационно-коммуникационных технологий;
- сформировать знания о безопасности электронной коммерции, подходах к ее обеспечению.

В результате изучения учебной дисциплины «Технологии электронной коммерции» формируется следующая **специализированная компетенция**:

- применять современные торговые технологии, оценивать возможности их внедрения и реализации на различных платформах сети Internet.

В результате изучения учебной дисциплины «Технологии электронной коммерции» студент должен

**знать:**

- законодательные и нормативно-правовые документы в области электронной коммерции;
- сущность, виды, преимущества осуществления электронной коммерции;
- системы и формы электронной коммерции;
- характеристики основных систем и форм электронной коммерции; принципы их функционирования;
- способы создания форм электронной торговли;
- подходы организационного регулирования электронной коммерции;
- основные инструменты обеспечения безопасности деятельности в информационно-коммуникационной среде.

**уметь:**

- обосновывать необходимость и целесообразность использования технологий электронной коммерции субъектами экономической деятельности;
- проводить сравнительный анализ форм электронной коммерции, составлять отчеты и писать пояснительные записки;
- определять резервы и пути их вовлечения в развитие практики электронной коммерции в организации;
- использовать электронные платежные системы в хозяйственной деятельности;
- использовать подходы обеспечения безопасности электронной коммерции.

**иметь навык:**

- решения прикладных задач в области организации и применения технологий коммерческой деятельности, базирующихся на использовании информационно-коммуникационных технологий;
- организации и применения в деятельности разных форм электронной коммерции;
- оценки возможности использования платежных систем для осуществления коммерческих сделок;
- разработки политики безопасности электронной коммерции в информационной среде.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Учебная дисциплина «Технологии электронной коммерции» относится к модулю «Цифровые технологии торговли» компонента учреждения образования.

Содержание учебной дисциплины «Технологии электронной коммерции» опирается на изучение студентами учебных дисциплин «Организация бизнеса и маркетинг», «Организация и технология торговли», «Поведение потребителей в

цифровой среде». Учебная дисциплина «Технологии электронной коммерции» необходима для изучения учебной дисциплины «Бизнес-планирование».

Формы получения образования: дневная, заочная (на базе ССО).

В соответствии с учебным планом университета на изучение учебной дисциплины отводится:

– для дневной формы получения образования: общее количество учебных часов – 136, аудиторных – 68 часов, из них лекции – 34 часа, практические занятия – 14 часов, лабораторные занятия – 20 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

5 семестр – лекции – 34 часа, практические занятия – 14 часов, лабораторные занятия – 20 часов.

Самостоятельная работа студента – 68 часов.

– для заочной формы получения образования (на базе ССО): общее количество учебных часов – 136, аудиторных – 14 часов, из них лекции – 8 часов, практические занятия – 2 часа, лабораторные занятия – 4 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

3 сессия – лекции – 4 часа.

4 сессия – лекции – 4 часа, практические занятия – 2 часа, лабораторные занятия – 4 часа.

Самостоятельная работа студента – 122 часа.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации - экзамен.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### **Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

#### **Тема 1.1. Цифровые технологии и цифровая экономика**

Понятие технологии. Технология как комплекс основных функциональных процессов отрасли. Объекты торговых технологий. Общие закономерности развития технологических процессов. Современные торговые технологии.

Сущность цифровых технологий. Отличие цифровых и информационных технологий. Группы цифровых технологий: в области работы с данными, в области производства, в области взаимодействия с окружающей средой. Характеристика технологий в области работы с данными: искусственный интеллект, квантовые технологии, сквозные технологии, технологии блокчейна, технологии идентификации, суперкомпьютерные технологии. Характеристика технологий в области производства: аддитивные технологии, 3d-технологии, роботизация, киберфизические системы. Характеристика технологий в области взаимодействия с окружающей средой: беспилотные технологии, мобильные технологии, биометрические технологии.

Понятие цифровой экономики. Принципы функционирования и развития цифровой экономики. Особенности, преимущества, недостатки цифровой экономики. Информационный продукт. Модель цифровой экономики. Тренды развития цифровой экономики. Цифровая повестка Евразийского экономического союза. Цифровое развитие экономики Республики Беларусь.

#### **Тема 1.2. Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию**

Понятие электронного бизнеса. Цели и задачи электронного бизнеса. Содержание и составляющие электронного бизнеса. Этапы развития. Виды и категории электронного бизнеса. Уровни интеграции электронного бизнеса в деятельность организации.

Понятие и сущность электронной коммерции. Субъекты и объекты электронной коммерции. Преимущества электронной коммерции. Составляющие электронной коммерции. Виды электронной коммерции. Модели электронной коммерции. Электронная торговля как форма торговли и ее место в электронной коммерции. Факторы, обуславливающие развитие электронной коммерции.

Бизнес-модели электронной коммерции. Концепция жизненного цикла модели электронной коммерции. Экономические и социальные ограничения электронной коммерции. Технические ограничения электронной коммерции.

#### **Тема 1.3. Корпоративные сайты и мобильные приложения в электронной коммерции**

Потребности организации в веб-сайте. Виды сайтов. Корпоративный сайт. Виды корпоративных сайтов по их назначению. Корпоративный сайт-визитка. Корпоративный портал. Модель корпоративного портала. Корпоративный

портал знаний. Основные способы построения корпоративных сайтов и порталов: CMS-системы, платформы для построения корпоративных порталов, ERP-системы.

Основные функции корпоративного сайта. Контент корпоративного сайта и его виды. Разработка концепции корпоративного сайта. Коммерческие разделы корпоративных сайтов и показатели их оценки. Оптимизация страниц сайта.

Понятие мобильного приложения. Мобильные операционные системы. Классификация мобильных приложений по выполняемым функциям, по принадлежности к разработчикам. Критерии сравнения различных типов мобильных приложений. Основные этапы разработки мобильных приложений. Инструментальные средства реализации мобильных приложений: Google Play, App Store, Windows Store. Функционал и задачи мобильного приложения. Монетизация при распространении мобильных приложений.

#### **Тема 1.4. Организационное регулирование электронной коммерции**

Составляющие организационного регулирования работы в Интернете. Инфраструктура Интернета. Протоколы сети Интернет. Многоуровневый принцип передачи сообщений.

Адресация в сети Интернет. Внутренние правила сетей, входящих в Интернет. Доменное имя и доменная зона. Территориальные и международные домены верхнего уровня.

Регулирование выбора доменного имени в Республике Беларусь. Регистрация доменного имени. Регламенты регистрации доменных имен в Республике Беларусь. Киберсквотерство и его виды.

Общественное регулирование Интернета. Техническая координация Интернета. Основные принципы распределения адресного пространства. Стандартизация работы в Интернете. Стандарты электронной коммерции.

Обращение электронных документов и электронной цифровой подписи (ЭЦП). Структура и формы представления электронных документов. Юридическая сила электронного документа. Основные требования, предъявляемые к электронному документу. Назначение и применение ЭЦП.

Государственное регулирование обращения электронных документов и ЭЦП.

## **Раздел 2. ОРГАНИЗАЦИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

### **Тема 2.1. Системы электронной коммерции**

Сущность системы электронной коммерции, принципы построения. Классификация систем электронной коммерции.

Характеристика основных систем электронной коммерции. Условия их развития. Мировые тенденции развития систем электронной коммерции. Развитие систем электронной коммерции в Республике Беларусь.

## **Тема 2.2. Формы электронной коммерции**

Интернет-магазин: понятия, особенности функционирования. Классификация интернет-магазинов. Развитие интернет-магазинов в Республике Беларусь.

Электронный аукцион. Особенности аукционной торговли и факторы ее развития. Основные элементы электронного аукциона. Классификация электронных аукционов. Зарубежный и отечественный опыт развития электронных аукционов.

Электронная торговая площадка, ее сущность и функции. Общие требования к торговым площадкам. Виды электронных торговых площадок. Модели организации торговых площадок. Развитие электронных торговых площадок в Республике Беларусь и мировой практике.

Цифровые платформы как многосторонние электронные рынки: сущность и критерии выделения. Типы цифровых платформ и их характеристика. Факторы, обуславливающие привлекательность цифровых платформ для ведения бизнеса.

## **Раздел 3. ПОДДЕРЖИВАЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

### **Тема 3.1. Платежные системы электронной коммерции**

Понятия платежной системы, платежного агрегатора, платежной услуги, процессинга. Виды платежных систем в электронной коммерции. Международные и национальные платежные системы. Значимые платежные системы. Средства платежа: традиционные, электронные.

Порядок организации и функционирования платежной системы. Требования к содержанию правил платежной системы. Участники платежной системы. Факторы, определяющие выбор платежной системы. Виды платежных систем. Пользовательские и профессиональные характеристики платежных систем.

Использование карточных платежных систем. Использование электронных платежных систем. Электронные деньги: понятие, требования к эмиссии и распространению. Характеристика отдельных платежных систем.

Виды платежных услуг. Поставщики платежных услуг. Платежные услуги по операциям с электронными деньгами. Услуги клиринга. Услуги процессинга. Информационные платежные услуги.

Государственное регулирование в области платежных систем и платежных услуг в Республике Беларусь.

### **Тема 3.2. Безопасность электронной коммерции**

Понятие безопасности электронной коммерции. Составляющие безопасности электронной коммерции. Задачи обеспечения безопасности. Объекты защиты в электронной коммерции. Информационная безопасность. Принципы обеспечения безопасности. Виды угроз в электронной коммерции. Убытки субъектов электронной коммерции.

Направления защиты: правовое, организационное, программно-техническое. Требования к системе защиты. Построение системы безопасности. Критерии оценки эффективности систем защиты.

Риски в электронной коммерции. Вирусы и вредоносные программы. Хакерские атаки. Мошенничество в электронной коммерции.

## ТРЕБОВАНИЯ К КУРСОВОЙ РАБОТЕ

Курсовая работа, как форма промежуточной аттестации обучающихся при освоении содержания образовательных программ высшего образования, является видом самостоятельной работы обучающихся. Цель курсовой работы – более глубокое усвоение материала по модулю «Цифровые технологии торговли», развитие способности к исследовательской работе, применение полученных знаний для решения прикладных задач.

Курсовая работа должна быть выполнена на основе статистических данных или материалах конкретной организации. Данные должны охватывать актуальный период. Курсовая работа содержит: введение, основную часть, раскрывающую теоретические аспекты проблемы, организационно-экономическую характеристику субъекта хозяйствования, расчетно-аналитический раздел и обоснование прогнозных расчетов и путей совершенствования по исследуемой проблеме, а также заключение и список использованных источников, приложения (при наличии).

В 1-й главе содержится понятие раскрываемого вопроса, теоретическое содержание избранной темы. В ней студент представляет понимание проблемных вопросов различными авторами, подробно раскрывая и аргументируя свою позицию. В конце главы студент делает свой вывод о том, как им понимается данный вопрос или почему он разделяет мнение того или иного автора и не согласен с другими.

Во 2-й главе приводятся результаты анализа согласно предмету исследования. Рекомендуются использовать данные статистической и бухгалтерской отчетности организации, аналитические данные, результаты анализа внешней и внутренней среды организации, исследований, проведенных студентом самостоятельно или ранее опубликованных в научных изданиях.

В 3-ей главе должны быть представлены конкретные предложения по выявлению резервов роста, повышению эффективности использования ресурсов и затрат, разработке мероприятий совершенствования и т.п. согласно заявленной теме курсовой работы.

В работе должно выдерживаться определенное соотношение между отдельными структурными частями. Порядок организации курсового проектирования и защиты курсовых работ определяется учреждением высшего образования.

В соответствии с учебным планом специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» на выполнение курсовой работы предусмотрено 40 академических часов.

### *Примерный перечень тем курсовых работ*

1. Исследование применения цифровых технологий в деятельности организации и направления повышения их вовлечения в коммерческую деятельность.
2. Формирование конкурентных преимуществ организации за счет использования цифровых технологий.
3. Цифровое развитие экономики Республики Беларусь: проблемы и перспективы.
4. Региональное цифровое развитие: проблемы и перспективы.
5. Индексы, характеризующие цифровое развитие экономики: сравнительный анализ в странах ЕАЭС.
6. Применение цифровых технологий во внешнеэкономической деятельности.
7. Реализация бизнес-моделей электронной коммерции в деятельности организации.
8. Исследование требований к регистрации доменных имен в доменных зонах стран – участниц ЕАЭС.
9. Электронная коммерция услугами: сравнительное исследование отечественного и зарубежного рынка.
10. Электронная коммерция товарами: сравнительное исследование отечественного и зарубежного рынка.
11. Жизненный цикл электронной коммерции и его значение в коммерческой деятельности организации.
12. Корпоративный сайт организации как инструмент повышения эффективности деятельности.
13. Мобильные приложения и их востребованность у потребителей.
14. Исследование рынка мобильных приложений в Республике Беларусь.
15. Корпоративный портал как инструмент обеспечения конкурентного преимущества на отраслевом рынке.
16. Развитие системы электронной коммерции «бизнес-потребитель» в Республике Беларусь: проблемы и перспективы.
17. Развитие системы электронной коммерции «бизнес-бизнес» в Республике Беларусь: проблемы и перспективы.
18. Представленность систем электронной коммерции на цифровом рынке государств-участников ЕАЭС.
19. Интернет-магазины на потребительском рынке Беларуси.
20. Исследование сети интернет-магазинов в национальной доменной зоне Республики Беларусь.
21. Электронные аукционы и их развитие в Беларуси.
22. Развитие электронной аукционной торговли: исследование мировой практики.
23. Исследование востребованности моделей электронных площадок субъектами Республики Беларусь.

24. Исследование потенциала электронных бирж для коммерческой деятельности организации.
25. Цифровые платформы на потребительском рынке: состояние и перспективы развития.
26. Исследование возможностей переноса деятельности субъекта торговли на цифровую платформу.
27. Эффективность применения электронного документооборота в деятельности организации.
28. Исследование возможностей и потенциала электронных платежных систем, функционирующих в Республике Беларусь.
29. Развитие платежных услуг и исследование их поставщиков в Республике Беларусь.
30. Мошенничество в цифровой среде и его влияние на деятельность организации.
31. Реализация защитного киберсквотинга в деятельности организации.
32. Изменение процесса продажи товаров в условиях цифровой среды.
33. Специфика потребительского выбора в цифровой среде.
34. Мотивы поведения покупателей в цифровой среде.
35. Факторы, влияющие на потребительский выбор при покупке товаров в интернет-магазине.
36. Этапы поведения покупателей в онлайн-среде.
37. Карты потребительского путешествия по сайтам как инструмент совершенствования деятельности организации.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕХНОЛОГИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ»**  
**Дневная форма получения высшего образования**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						лекции	практические занятия	семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>5 семестр</b>										
1	<b>Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции</b>									
Тема 1.1	Цифровые технологии и цифровая экономика	4							[1], [2], [6], [8], [17]	Дискуссия, экспресс-опрос
Тема 1.1	Цифровые технологии и цифровая экономика		2						[1], [2], [6], [8], [17]	Опрос, тест, реферат
Тема 1.2	Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию	4							[3], [4], [5], [7], [10], [15]	Дискуссия
Тема 1.2	Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию		2						[3], [4], [5], [7], [10], [15]	Опрос, тест, реферат
Тема 1.3	Корпоративные сайты и мобильные приложения в электронной коммерции	4							[3], [4], [5], [9], [11], [12], [17]	Дискуссия, экспресс-опрос
Тема 1.3	Корпоративные сайты и мобильные приложения в электронной коммерции		2						[3], [4], [5], [9], [11], [12], [17]	Опрос, Контрольная работа №1

Тема 1.3	Корпоративные сайты и мобильные приложения в электронной коммерции									[3], [4], [5], [9], [11], [12], [17]	Отчет о выполнении лаб. исследований
Тема 1.4	Организационное регулирование электронной коммерции	4								[4], [5], [7], [9], [16], [17]	Дискуссия
Тема 1.4	Организационное регулирование электронной коммерции		2							[4], [5], [7], [9], [16], [17]	Опрос, тест, реферат
<b>2</b>	<b>Раздел 2. Организация электронной коммерции</b>										
Тема 2.1	Системы электронной коммерции	4								[2], [4], [9], [14], [16]	Дискуссия
Тема 2.1	Системы электронной коммерции		2							[2], [4], [9], [14], [16]	Опрос, тест, реферат
Тема 2.1	Системы электронной коммерции									[2], [4], [9], [14], [16]	Отчет о выполнении лаб. исследований
Тема 2.2	Формы электронной коммерции	6								[4], [5], [6], [9], [13], [16]	Дискуссия
Тема 2.2	Формы электронной коммерции		2							[4], [5], [6], [9], [13], [16]	Опрос, реферат, Контрольная работа № 3
Тема 2.2	Формы электронной коммерции									[4], [5], [6], [9], [13], [16]	Отчет о выполнении лаб. исследований
<b>3</b>	<b>Раздел 3. Поддерживающие технологии электронной коммерции</b>										
Тема 3.1	Платежные системы электронной коммерции	4								[7], [10], [12]	Экспресс-опрос
Тема 3.1	Платежные системы электронной коммерции									[7], [10], [12]	Отчет о выполнении лаб. исследований

Тема 3.2	Безопасность электронной коммерции	4							[5], [8], [10], [13]	Дискуссия
Тема 3.2	Безопасность электронной коммерции		2						[5], [8], [10], [13]	Учебное задание, опрос, Контрольная работа № 3
	<b>Итого 5 семестр</b>	<b>34</b>	<b>14</b>		<b>20</b>					<b>Экзамен</b>
	<b>Всего часов</b>	<b>34</b>	<b>14</b>		<b>20</b>					

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕХНОЛОГИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ»**  
**Заочная форма получения высшего образования (на базе ССО)**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>3 сессия</b>							
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции</b>						
Тема 1.1	Цифровые технологии и цифровая экономика	2				[1], [2], [6], [8], [17]	Дискуссия
Тема 1.2	Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию	2				[3], [4], [5], [7], [10], [15]	Дискуссия
	<b>Итого 3 сессия</b>	<b>4</b>					
<b>4 сессия</b>							
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции</b>						
Тема 1.3	Корпоративные сайты и мобильные приложения в электронной коммерции	2				[[3], [4], [5], [9], [11], [12], [17]	Дискуссия
<b>2</b>	<b>Раздел 2. Организация электронной коммерции</b>						
Тема 2.1	Системы электронной коммерции		2			[2], [4], [9], [14], [16]	Тест, опрос, дискуссия
Тема 2.2	Формы электронной коммерции				4	[4], [5], [6], [9], [13], [16]	Отчет о выполн.лаб. исследований
<b>3</b>	<b>Раздел 3. Поддерживающие технологии электронной коммерции</b>						
Тема 3.2	Безопасность электронной коммерции	2				[5], [8], [10], [13]	Дискуссия
	<b>Итого 4 сессия</b>	<b>4</b>	<b>2</b>		<b>4</b>		<b>Экзамен</b>
	<b>Всего часов</b>	<b>8</b>	<b>2</b>		<b>4</b>		

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

## Литература

**Основная:**

1. Гаврилов, Л. П. Информационные технологии в коммерции : учебное пособие для студентов вузов / Л. П. Гаврилов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2022. – 367 с.
2. Головенчик, Г. Г. Цифровая экономика: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Мировая экономика", "Бизнес-администрирование", "Экономика электронного бизнеса" / Г. Г. Головенчик. – Минск : Вышэйшая школа, 2022. – 311 с.
3. Прохорова, Т. В. Электронный бизнес: для обучающихся учреждений высшего образования, осваивающих образовательную программу высшего образования 1-й степени 1-26 02 01 «Бизнес-администрирование» в качестве пособия / Т. В. Прохорова. – Минск : Институт бизнеса БГУ, 2023. – 114 с.
4. Электронная коммерция : учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. – 192 с.

**Дополнительная:**

5. Климченя, Л.С. Электронная коммерция: учебное пособие / Л.С. Климченя. – Минск : Вышэйшая школа, 2004. - 191 с.
6. Коммерция в цифровой экономике: пособие для реализации содержания образовательных программ углубленного высшего образования / Белкоопсоюз, Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» [авторы-составители: О. Г. Бондаренко, С. П. Гурская]. – Текст: электронный – URL: <http://lib.i-bteu.by/handle/22092014/6072> (дата обращения: 11.01.2025).
7. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: учебник / Л. В. Лapidус. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2001678> (дата обращения: 12.01.2025).
8. Мишин, В. В. Технологии Internet-коммерции : учебное пособие / В. В. Мишин, К. В. Мартирисян ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2015. – 102 с.
9. Сибирская, Е. В. Электронная коммерция: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080502 «Экономика и управление на предприятии торговли и общественного питания» / Е. В. Сибирская, О. А. Старцева. – М.: ФОРУМ, 2013. - 287 с.
10. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция: учебное пособие / А. Г. Сковиков. – СПб. : Лань, 2019. – 258 с.

11. Твердохлебова, М. Д. Интернет-маркетинг : учебник для направления бакалавриата «Менеджмент» / М. Д. Твердохлебова; Российский экон. ун-т им. Г.В. Плеханова. – М.: КНОРУС, 2020. – 190 с.

12. Твердохлебова, М. Д. Интернет-маркетинг и электронная коммерция: учебник / М. Д. Твердохлебова. – Текст: электронный. – URL: <https://book.ru/book/952984> (дата обращения: 11.01.2025).

#### **Электронные ресурсы:**

13. Климченя, Л. С. Электронная коммерция: электронный учебно-методический комплекс для студентов специальностей 1-25 01 09 "Товароведение и экспертиза товаров", 1-25 01 10 "Коммерческая деятельность", 1-25 01 14 "Товароведение и торговое предпринимательство" / Л. С. Климченя // Электронная библиотека БГЭУ. – URL: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/9528> (дата обращения: 11.01.2025). – Текст: электронный.

14. Стасеня, Т. П. Электронная коммерция: курс лекций: для студентов заочной формы обучения специальности 1-25 01 10 "Коммерческая деятельность" [Электронный ресурс] / Т. П. Стасеня, А. С. Дягилев, О. Г. Мандрик. – Текст: электронный. – URL: <http://www.rep.vstu.by/handle/123456789/14421?show=full>. (дата обращения: 11.01.2025).

15. Электронная коммерция: учебник / С. Н. Буханцева, И. Ю. Владыко, И. Р. Ляпина [и др.]; под общ. ред. Е. В. Сибирской. – Текст: электронный. – URL: <https://book.ru/book/953663> (дата обращения: 11.01.2025).

#### **Нормативные правовые акты:**

16. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь от 8 января 2014 г. № 128-З: ред. от 07.03.2024 г. // iLex: информ. правовая система (дата обращения: 11.01.2025).

17. Об электронном документе и электронной цифровой подписи: Закон Республики Беларусь от 28 декабря 2009 г. № 113-З: ред. от 14.10.2022 г. // iLex : информ. правовая система (дата обращения: 11.01.2025).

### Перечень вопросов для экзамена

1. Сущность цифровых технологий. Группы цифровых технологий.
2. Цифровые технологий в области работы с данными.
3. Цифровые технологий в области производства.
4. Понятие цифровой экономики. Принципы ее функционирования.
5. Цифровая экономика: особенности, преимущества, недостатки.
6. Модель цифровой экономики. Тренды развития цифровой экономики.
7. Цифровое развитие экономики Республики Беларусь.
8. Информационный продукт: понятие, виды и свойства.
9. Сущность электронной коммерции. Субъекты и объекты. Цели и возможности для организации.
10. Содержание и составляющие электронного бизнеса. Этапы развития.
11. Виды и категории электронного бизнеса.
12. Уровни интеграции электронного бизнеса в деятельность организации.
13. Модели электронной коммерции и бизнес-модели электронной коммерции.
14. Концепция жизненного цикла электронной коммерции.
15. Виды сайтов. Корпоративный сайт. Виды корпоративный сайтов по их назначению.
16. Основные способы построения корпоративных сайтов и порталов.
17. Корпоративный портал: понятие, виды, характеристики.
18. Функции и контент корпоративного сайта.
19. Понятие и виды мобильных приложений.
20. Функционал и задачи мобильного приложения. Монетизация при распространении мобильных приложений.
21. Основные этапы разработки мобильных приложений.
22. Понятие и виды систем электронной коммерции.
23. Системы электронной коммерции «бизнес-бизнес» и «бизнес-государство»: понятие, характеристика, формы.
24. Системы электронной коммерции «бизнес-потребитель» и «потребитель-государство»: понятие, характеристика, формы.
25. Интернет-магазин: понятие, функционал, преимущества.
26. Виды интернет-магазинов и их характеристика.
27. Электронная торговая площадка, ее сущность и функции.
28. Виды электронных площадок.
29. Модели организации электронных торговых площадок, их характеристика
30. Электронная биржа: понятие, виды. Биржевой товар и его свойства.
31. Цифровые платформы: понятие, критерии, преимущества и принципы работы
32. Типы цифровых платформ и их характеристика.

33. Электронный аукцион. Особенности аукционной торговли. Виды электронных аукционов.
34. Составляющие организационного регулирования работы в интернете.
35. Техническая координация и стандартизация интернета.
36. Выбор и регистрация доменного имени в национальной доменной зоне Беларуси.
37. Обращение электронных документов и электронной цифровой подписи (ЭЦП). Структура и формы представления электронных документов.
38. Назначение и применение ЭЦП. Основные требования, предъявляемые к электронному документу.
39. Виды платежных систем в электронной коммерции. Значимые платежные системы.
40. Порядок организации и функционирования платежной системы.
41. Использование карточных платежных систем.
42. Использование электронных платежных систем.
43. Электронные деньги: понятие, требования к эмиссии и распространению.
44. Электронные платежные системы, функционирующие в РБ: виды и основные характеристики.
45. Платежные услуги: виды, поставщики.
46. Государственное регулирование в области платежных систем и платежных услуг в Республике Беларусь.
47. Безопасность электронной коммерции: понятие, составляющие, принципы обеспечения.
48. Виды угроз в электронной коммерции. Убытки субъектов электронной коммерции.
49. Киберсквоттинг: понятие, виды, возможности.
50. Информационная безопасность.
51. Направления обеспечения безопасности электронной коммерции.
52. Риски в электронной коммерции и их предупреждение.
53. Мошенничество и хакерство в информационных сетях.

### **Перечень лабораторных занятий**

1. Корпоративные сайты и мобильные приложения в ЭК
2. Системы электронной коммерции.
3. Формы электронной коммерции
4. Платежные системы электронной коммерции.

**Перечень компьютерных программ, наглядных и других пособий, методических указаний и материалов, технических средств обучения, оборудования для выполнения лабораторных работ**

1. Персональный компьютер.
2. Пакет программ Libre Office.
3. Интернет-сервис Canva.
4. Программный продукт SPSS Statistics.
5. Платформа Moodle.
6. Информационная система ilex.

**Перечень тем рефератов**

1. Мировые тенденции развития электронной коммерции.
2. Регулирование электронной коммерции в Республике Беларусь.
3. Развитие электронной коммерции в ЕАЭС.
4. Развитие электронной коммерции в ЕС.
5. Развитие электронной коммерции в КНР.
6. Представленность систем электронной коммерции на цифровом рынке Республики Беларусь.
7. Представленность систем электронной коммерции на цифровом рынке государств-участников ЕАЭС.
8. Представленность систем электронной коммерции на цифровом рынке европейских государств.
9. Представленность систем электронной коммерции на цифровом рынке государств азиатского региона.
10. Развитие национальных доменных зон Беларуси и России.
11. Исследование требований к регистрации доменных имен в доменных зонах зарубежных стран.
12. Развитие интернет-магазинов в Республике Беларусь.
13. Развитие интернет-магазинов в странах-участниках СНГ.
14. Мировая практика развития электронной аукционной торговли.
15. Мировая практика развития биржевой электронной торговли.
16. Электронные аукционы в национальной доменной зоне Беларуси: развитие и востребованность участниками.
17. Электронные платежные системы, функционирующие в Беларуси.
18. Мошенничество в национальной доменной зоне Беларуси и его предотвращение.
19. Информационная безопасность и ее значение на рынке электронной коммерции.
20. Защитный киберсквоттинг: отечественная и зарубежная практика применения.

## **Организация самостоятельной работы студентов**

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа студентов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования отводится 68 часов.

На самостоятельную работу обучающегося заочной формы получения образования на базе ССО отводится 122 часа.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная работа в виде решения индивидуальных заданий в аудитории во время проведения практических занятий и лабораторных занятий под контролем преподавателя в соответствии с расписанием учебных занятий;
- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- выполнение типовых расчетов, индивидуальных заданий;
- подготовка к выполнению контрольных работ;
- подготовка к практическим, лабораторным занятиям, в том числе подготовка информационных и демонстративных материалов, рефератов и т.д.;
- подготовка отчетов по результатам выполнения лабораторных работ, практических работ;
- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;
- подготовка к сдаче промежуточной аттестации.

## **Контроль качества усвоения знаний**

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации.

Мероприятия *текущего* контроля проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

- контрольная работа;
- реферат;
- опрос;
- тест;
- экспресс-опрос;
- учебное задание;
- отчет о выполнении лабораторных исследований;
- дискуссия.

Текущая аттестация по учебной дисциплине проводится три раза в семестр.

Результат текущего контроля за семестр оценивается отметкой в баллах

по десятибалльной шкале и выводится исходя из отметок, выставленных в ходе проведения мероприятий текущего контроля в течение семестра.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

### **Методика формирования отметки по учебной дисциплине**

Отметка по учебной дисциплине выставляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ. Итоговая отметка по учебной дисциплине определяется как округленная до целого сумма произведений средневзвешенного балла за текущий контроль и отметки на экзамене на соответствующие весовые коэффициенты. Значения весовых коэффициентов по учебной дисциплине составляют: для текущего контроля – 0,4; для экзамена – 0,6.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ  
С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Бизнес-планирование	Кафедра экономики торговли и услуг	Замечаний и предложений нет 	

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ  
«ТЕХНОЛОГИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ»  
(Регистрационный № \_\_\_\_\_ от . . . )  
на \_\_\_\_ / \_\_\_\_ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.)

Заведующий кафедрой,  
канд. экон. наук, доцент

\_\_\_\_\_

Н.Е.Свирейко

УТВЕРЖДАЮ  
Декан ФКТИ  
канд. экон. наук, доцент

\_\_\_\_\_

А.И.Ерчак