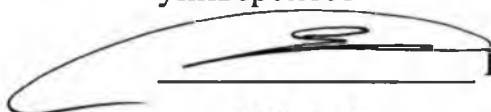


Учреждение образования "Белорусский государственный экономический университет"

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор учреждения
образования "Белорусский
государственный экономический
университет"



Е.Ф.Киреева

29.04. 2022 г.

Регистрационный № УД 5084-22/уч.

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности 1 25 01 10 «Коммерческая деятельность»

Учебная программа составлена на основе учебных планов учреждения высшего образования по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» специализации 1-25 01 10 02 «Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления», утвержденном 10.06.2013, регистрационный № 37 Р-13, специализации 1-25 01 10 04 «Коммерческая деятельность на внешнем рынке», утвержденном 10.06.2013, регистрационный № 38 Р-13 и специализации 1-25 01 10 18 «Коммерческая деятельность на предприятии общественного питания», утвержденном 10.06.2013, регистрационный № 39 Р-13.

СОСТАВИТЕЛИ:

Климченя Л.С., заведующий кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования "Белорусский государственный экономический университет", кандидат экономических наук, доцент;

Давидовская И.А., ассистент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет».

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Константинович О.В., заместитель Министра антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, магистр экономики;

Лапина С.Н., заместитель декана факультета коммерции и туристической индустрии 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 10 марта 2022 г.)

Научно-методическим советом Учреждения образования "Белорусский государственный экономический университет"
(протокол № 6 от 20.04. 2022 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Развитие информационных технологий, и прежде всего компьютерных сетей, позволяет на более высоком уровне осуществлять контакты между производителями (продавцами) различных товаров и услуг и их покупателями и потребителями, наиболее обоснованно определять целевой рынок, своевременно организовывать производство и поставку необходимых товаров, совершенствовать систему распределения. В решении этой задачи важное место принадлежит электронной коммерции. Являясь наиболее быстро развивающейся составляющей информационных технологий, электронная коммерция обеспечивает функциональность и новые способы ведения коммерческой деятельности, которыми невозможно пренебречь. Внедрение инструментов электронной коммерции в любой стране можно рассматривать как средство решения проблемы создания информационной и технологической базы для развития рынков страны.

Целью учебной дисциплины "Электронная коммерция" является формирование у студентов необходимых знаний в области осуществления электронной коммерции, позволяющих находить обоснованные управленческие решения в коммерческой деятельности с использованием информационных технологий. Понятие электронной коммерции является одним из основополагающих для систем электронного бизнеса, предполагающей осуществление большинства бизнес-процессов электронным образом на основе использования информационно-коммуникационных технологий. К сфере электронной коммерции имеют отношение государственные и частные предприятия, коммерческие организации, банковская система, розничные и оптовые торговые организации, обеспечивающие полный цикл торговых операций.

Предметом учебной дисциплины являются формы и способы ведения коммерческих операций при помощи информационных технологий.

Задачи изучения учебной дисциплины:

- формирование у будущих специалистов теоретических знаний в сфере электронной коммерции и сетевой экономики;
- формирование знаний о системах и формах электронной коммерции и тенденциях их развития в отечественной и зарубежной практике;
- приобретение навыков решения наиболее распространенных задач в области организации и проведения коммерческих операций, базирующихся на использовании информационно-коммуникационных технологий;

- знакомство с новейшими достижениями в области создания единых технологических цепей товародвижения;
- освоение новых подходов к созданию современных интегрированных торговых систем;
- формирование навыков определения затрат на внедрение и использование форм электронной коммерции, а также эффективности внедрения форм электронной коммерции.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны *знать*:

- основную терминологию по дисциплине
- системы и формы электронной коммерции
- принципы создания и механизм функционирования форм электронной коммерции
- новейшие достижениями в области создания единых технологических цепей и «сквозных» технологий товародвижения
- новые подходов к созданию современных интегрированных торговых систем

уметь:

- свободно разбираться в современной терминологии по электронной коммерции
- обосновывать необходимость и целесообразность использования технологий электронной коммерции на торговых объектах
- использовать имеющиеся методики оценки эффективности использования форм электронной коммерции в коммерческой деятельности на внутреннем рынке

иметь навыки:

- решения наиболее распространенных задач в области организации и проведения коммерческих операций, базирующихся на использовании информационно-коммуникационных технологий
- организации торговых процессов на основе использования сетевых компьютерных технологий
- применения форм электронной коммерции в деятельности торговых организаций.

Требования к профессиональным компетенциям специалиста.

Специалист должен быть способен:

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-5. Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью).

АК- 7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

СЛК-4. Владеть навыками здоровьесбережения.

СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике.

СЛК-6. Уметь работать в команде.

ПК- 4. Анализировать и оценивать собранные данные.

ПК- 5. Владеть современными средствами телекоммуникаций.

ПК-12. Управлять товарными, информационными и финансовыми потоками при организации процессов товарного обращения.

ПК-24. Принимать участие в исследованиях, связанных с совершенствованием коммерческой деятельности промышленных предприятий и организаций сферы торговли и услуг.

Изучение учебной дисциплины "Электронная коммерция" базируется на знаниях, полученных при изучении таких учебных дисциплин как "Компьютерные информационные технологии", "Организация и технология торговли", "Коммерческая деятельность", "Маркетинг в торговле".

На изучение учебной дисциплины в соответствии с учебным планом дневной формы получения высшего образования отведено 182 часа, из них аудиторных - 76 часов, в том числе лекций - 36 часов, практических и семинарских занятий – 16 часов, лабораторных работ – 24 часа.

Форма текущей аттестации – экзамен.

На изучение учебной дисциплины в соответствии с учебным планом заочной формы получения высшего образования предусмотрено 182 часа, в том числе 18 часов аудиторных занятий, из них лекций – 10 часов, практических и семинарских занятий – 4 часа, лабораторных работ – 4 часа.

Форма текущей аттестации – экзамен.

На изучение учебной дисциплины в соответствии с учебным планом заочной сокращенной формы получения высшего образования предусмотрено 182 часа, в том числе 16 часов аудиторных занятий, из них лекций – 8 часов, практических и семинарских занятий – 4 часа, лабораторных работ – 4 часа.

Форма текущей аттестации – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию

Понятие электронного бизнеса. Цели бизнеса и решаемые задачи. Содержание и составляющие электронного бизнеса. История возникновения и этапы развития. Виды и категории электронного бизнеса. Уровни интеграции электронного бизнеса в деятельность организации.

Понятие цифровой экономики. Принципы функционирования и развития цифровой экономики. Особенности, преимущества, недостатки цифровой экономики. Классификация продукции и услуг в цифровой экономике. Информационный продукт. Эффективность цифровой экономики.

Понятие и сущность электронной коммерции. Субъекты и объекты электронной коммерции. Преимущества электронной коммерции. Составляющие электронной коммерции. Виды электронной коммерции. Модели электронной коммерции. Электронная торговля. 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. Воздействие электронной коммерции на экономику.

Тема 2. Системы и формы электронной коммерции

Сущность системы электронной коммерции. Принципы ее построения. Классификация систем электронной коммерции.

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

Интернет-магазин. Отличия от традиционных магазинов. Виды интернет-магазинов. Развитие интернет-магазинов в Республике Беларусь.

Сущность корпоративного портала. Основные характеристики корпоративных порталов, преимущества их создания и использования. Структура корпоративного сайта.

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.

Тема 3. Организационные и правовые основы электронной коммерции

Составляющие организационного регулирования работы в Интернете. Внутренние правила сетей, входящих в Интернет. Выбор доменного имени. Регистрация доменного имени. Киберсквотерство. Общественное регулирование Интернета. Техническая координация интернета. Основные принципы распределения адресного пространства. Стандартизация работы в Интернете.

Потребности организации в Web-сайте. Виды Web-сайтов. Корпоративный сайт. Основные функции сайтов. Контент Web-сайта и его виды. Оптимизация страниц. Контент карточек товаров. Разработка концепции Web-сайта. Показатели оценки коммерческих разделов сайта.

Правовое регулирование электронной коммерции на розничном рынке. Регулирование посреднической деятельности в электронной коммерции. Правовое обеспечение электронной коммерции в Республике Беларусь. Международный опыт регулирования электронной коммерции.

Тема 4. 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.

Тема 5. Организация продаж в электронной коммерции

Модули управления интернет-магазином. Предложение товаров в сетях. Особенности формирования ассортимента интернет-магазинов. Назначение

Web-витрины и требования, предъявляемые к ней. Построение каталога и его наполнение. Организация торгового процесса в интернет-магазине. Этапы совершения электронной сделки купли-продажи.

Организация навигации по сайту. Регистрация и авторизация пользователей. Оформление и подтверждение заказа в интернет магазине. Организация доставки товаров. Послепродажное обслуживание клиентов. Организация системы поддержки клиентов.

Предмет и виды биржевых электронных сделок. Виды биржевых торгов. Формы торгов: голосовые, электронные, смешанные.

Участники биржевой торговли и правила их поведения. Посетители торгов, их обязанности и ответственность. Заключение договора на биржевое обслуживание. Требования, предъявляемые к биржевым брокерам. Порядок регистрации трейдеров. Организация автоматизированного рабочего места трейдера. Требования к оборудованию и программному обеспечению удаленного автоматизированного рабочего места участника торгов.

Процедура организации торгов на электронной бирже. Особенности проведения торговой сессии в сети с удаленным доступом. Управление процессом проведения торгов. Порядок оформления и регистрации биржевых сделок, контроль за их исполнением.

Развитие биржевой электронной торговли в Республике Беларусь. Цели и функции ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа».

Организация торгов на электронном аукционе. Подготовка к проведению аукциона. Регистрация участников. Проведение торгов в режиме реального времени. Управление ходом аукциона. Оформление и исполнение сделок. Опыт развития электронных аукционов.

Осуществление закупок для государственных посредством электронных торговых площадок. Виды процедур государственных закупок. Требования к участникам и процедуре торгов. Автоматизация процесса закупок с использованием программного обеспечения электронных торговых площадок. Этапы проведения электронной процедуры закупки.

Тема 6. Системы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции

Понятие платеж, расчет. Информационные и денежные потоки при платежах. Виды систем оплат. Средства платежа: традиционные, электронные.

Платежная система. Критерии оптимальности платежной системы. Факторы, определяющие выбор платежной системы. Виды платежных систем. Пользовательские и профессиональные характеристики платежных систем.

Использование платежных систем на основе пластиковых карт. Недостатки использования кредитной или дебетовой карты как средства платежа в электронной коммерции. Использование платежных систем на основе смарт-карт. Использование платежных систем на основе электронных денег. Характеристика отдельных платежных систем, ориентированных на Интернет. Варианты приема платежей в электронных магазинах.

Практика использования платежных систем в Республике Беларусь.

Тема 7. Продвижение товаров и услуг в Интернете

Сущность процесса передачи и восприятия информации. Понятие интерактивности. Модели коммуникации в Интернете: «один-многим», «непосредственное нацеливание», «один-одному». Модели доставки информации: проталкивания, вытягивания. Инструменты продвижения товаров.

Реклама собственного Web-сайта и реклама как вид бизнеса. Особенности рекламы в сети Интернет. Стадии взаимодействия пользователя с рекламой: осведомленность, привлечение, контакт, действие, повторение.

Основные средства рекламы. Корпоративный Web-сайт как средство рекламы. Требования к предоставляемой информации. Рекламные и информирующие сайты. Понятие рекламной кампании и ее виды. Разработка плана рекламной кампании в Интернете.

Баннерная реклама. Понятие баннера. Виды баннеров в зависимости от применяемой технологии, места размещения. Методы размещения баннеров. Контекстная реклама и ее виды. Преимущества и недостатки контекстной рекламы.

Поисковые системы и каталоги. Виды каталогов по условиям регистрации. Организация процесса регистрации в поисковых системах и каталогах.

Продвижение в социальных сетях. Методы бесплатного продвижения в социальных сетях. Размещение платной рекламы в соцсетях. Преимущества продвижения в социальных сетях.

Поисковая оптимизация. Преимущества применения. Внутренняя и внешняя оптимизация сайтов. Плотность ключевых слов. Индекс цитирования.

Сущность электронных общественных связей, отличительные особенности. Построение интерактивных взаимоотношений. Элементы взаимодействия на сайте. Методы стимулирования продаж.

Тема 8. Эффективность электронной коммерции

Основные понятия эффективности электронной коммерции. Подходы к выбору системы показателей для оценки эффективности форм электронной коммерции. Методический подход к оценке эффективности электронной коммерции.

Глобальный индекс развития розничной электронной коммерции. Показатели эффективности: экономические, организационные, коммуникационные. Экономико-организационные преимущества, получаемые участниками электронной коммерции.

Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете. Подходы к оценке эффективности рекламной кампании. Показатели эффективности рекламной кампании.

Использование Интернет-аналитики в оценке эффективности деятельности. Интернет-сервисы аналитики. Анализаторы сайтов. Варианты отчетов интернет-сервисов оценки посещаемости сайтов.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(дневная форма получения высшего образования)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСРС			
						лекции	ПЗ		
Раздел I. Теоретические основы электронной коммерции									
1	Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию	6	2					[2, 3, 5,8, 10]	Блиц-опрос, тест
2	Системы и формы электронной коммерции	6	2		8			[2, 4, 9, 11]	Тест, защита лаб.раб.
Раздел II. Технологии электронной коммерции									
3	Организационно-правовые основы электронной коммерции	4	2					[3, 6, 8, 14]	Групповая работа, контрольная работа № 1
4	Безопасность электронной коммерции	2	2					[3, 7, 8, 12]	Опрос, тест
5	Организация продаж в электронной коммерции	6	2		8			[1, 2, 8, 9, 11]	Решение хозяйственных задач, контрольная работа № 2, защита лаб.раб.
6	Системы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции	4	2		4			[1, 8, 11, 12]	Опрос, работа в малых группах, защита лаб. раб.

Раздел III. Поддержка продаж в электронной коммерции									
7	Продвижение товаров и услуг в Интернете	6	2		4			[6, 8, 11]	Контрольная работа № 3, защита лаб. раб.
8	Эффективность электронной коммерции	2	2					[2, 5, 8, 13]	Опрос, тест
	Итого	36	16		24				Экзамен

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(заочная форма получения высшего образования)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСРС			
						лекции	ПЗ		
Раздел I. Теоретические основы электронной коммерции									
1	Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию	2	1					[2, 3, 5, 8, 10]	Блиц-опрос, тест
2	Системы и формы электронной коммерции	2	1		4			[2, 4, 9, 11]	Тест, защита лаб.раб.
Раздел II. Технологии электронной коммерции									
3	Организационно-правовые основы электронной коммерции	2	1					[3, 6, 8, 14]	Групповая работа
4	Безопасность электронной коммерции		1					[3, 7, 8, 12]	Опрос, тест
5	Организация продаж в электронной коммерции	2						[1, 2, 8, 9, 11]	Решение хозяйственных задач, защита лаб.раб.
6	Системы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции							[1, 8, 11, 12]	Опрос, работа в малых группах, защита лаб. раб.

Раздел III. Поддержка продаж в электронной коммерции									
7	Продвижение товаров и услуг в Интернете	2						[6, 8, 11]	Защита лаб.раб.
8	Эффективность электронной коммерции							[2, 5, 8, 13]	Опрос, тест
	Итого	10	4	2					Экзамен

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(заочная сокращенная форма получения высшего образования)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСРС			
						лекции	ПЗ		
Раздел I. Теоретические основы электронной коммерции									
1	Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию	2	1					[2, 3, 5, 8, 10]	Блиц-опрос, тест
2	Системы и формы электронной коммерции	2			4			[2, 4, 9, 11]	Тест, защита лаб. раб.
Раздел II. Технологии электронной коммерции									
3	Организационно-правовые основы электронной коммерции	2	1					[3, 6, 8, 14]	Групповая работа
4	Безопасность электронной коммерции		1					[3, 7, 8, 12]	Опрос, тест
5	Организация продаж в электронной коммерции		1					[1, 2, 8, 9, 11]	Решение хозяйственных задач, защита лаб. раб.
6	Системы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции							[1, 8, 11, 12]	Опрос, работа в малых группах, защита лаб. раб.

Раздел III. Поддержка продаж в электронной коммерции									
7	Продвижение товаров и услуг в Интернете	2						[6, 8, 11]	Защита лаб.раб.
8	Эффективность электронной коммерции							[2, 5, 8, 13]	Опрос, тест
	Итого	8	4	4					Экзамен

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Электронная коммерция»

В овладении знаниями учебной дисциплины «Электронная коммерция» важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (защита реферата, контрольные работы и т.п.);
- подготовка и выполнение индивидуальных заданий, защита их;
- подготовка к зачету.

Законодательные и нормативные акты:

1. Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей» от 9 января 2002 г. № 90-З (изменения и дополнения от 4 января 2014 г. № 106-З) // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 11.01.2014, 2/2104) <Н11400106>

2. Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» от 8 января 2014 г. № 128-З // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 21.01.2014, 2/2126) <Н11400128>.

3. Закон Республики Беларусь «Об электронном документе и электронной цифровой подписи» от 28 декабря 2009 г. № 113-З // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь 12 января 2010 г. N 2/1665

Литература

Основная:

4. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Л. П. Гаврилов ; Российский экон. ун-т им. Г.В. Плеханова. – М.: Юрайт, 2016. - 363, [1] с. : ил. - (Бакалавр - Магистр. Академический курс).

5. Климченя, Л.С. Электронная коммерция. Учебное пособие / Л.С. Климченя. – Минск: Минск : Вышэйшая школа, 2004.- 191 с.

6. 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.

7. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие / А. Г. Сковиков. - Санкт-Петербург: Лань, 2019. - 258 с.

Дополнительная:

8. Гаврилов, Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса: учебное пособие / Л.П.Гаврилов. – М.: Солон-пресс, 2014. – 592 с.

9. Жильцова, О.Ю. Интернет-маркетинг: Учебник/ О.Ю.Жильцова. – М.: Издательство Юрайт, 2018.- 301 с.


10. 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" [Электронный ресурс] / Л. С. Климченя. – Минск: БГЭУ, 2020. – Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/9528>. – Дата доступа: 01.03.2022.

11. 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 ; Министерство образования Республики Беларусь, Учреждение образования "Витебский государственный технологический университет". — Витебск: ВГТУ, 2021. — Режим доступа: <http://www.rep.vstu.by/handle/123456789/14421?show=full>. – Дата доступа: 01.03.2022.

12. Румянцев, Д.М. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Системный подход. / Д.М. Румянцев. – СПб.: Питер, 2019. – 336 с.

13. Шарков, Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение 4-й волны). / Ф.И. Шарков – М.: Дашков и К°, 2017. – 260 с.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

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)
Экономическая стратегия организации	Экономики торговли и услуг	нет  И. В. Минин	Учебную программу по учебной дисциплине «Электронная коммерция» рекомендовать к утверждению (протокол № 7 от 10.03.2022)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на 202 /202 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

Л.С.Климченя

УТВЕРЖДАЮ

Декан ФКТИ

А.И.Ерчак