

Учреждение образования  
«Белорусский государственный экономический университет»

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»

  
\_\_\_\_\_ А.В. Егоров  
«19» 12 2024  
Регистрационный № УД- 6383-24уч.

## **ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ**

Учебная программа учреждения образования  
по учебной дисциплине для специальностей:  
6-05-0413-01 «Коммерция»;  
6-05-0412-03 «Логистика»

Учебная программа составлена на основе образовательных стандартов общего высшего образования ОСВО 6-05-0413-01-2023 «Коммерция» и ОСВО 6-05-0412-03-2023 «Логистика» и учебных планов по специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» и специальности 6-05-0412-03 «Логистика».

### **СОСТАВИТЕЛИ:**

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

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

### **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 № 4 от 14 ноября 2024 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 № 2 от 03.12.2024);

Методической комиссией по специальностям «Маркетинг», «Логистика», «Рекламная деятельность» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 2 от 29.11.2024);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 2 от 18.12.2024).

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Электронная коммерция» направлена на подготовку специалистов, владеющих навыками, позволяющими на более высоком уровне осуществлять контакты между производителями (продавцами) различных товаров и услуг, их покупателями и потребителями, наиболее обоснованно определять целевой рынок, своевременно организовывать производство и поставку необходимых товаров, совершенствовать систему распределения.

В условиях повсеместного использования информационно-коммуникационных технологий важная роль отводится электронной коммерции. Являясь наиболее быстро развивающейся составляющей сферы цифровизации экономических отношений, электронная коммерция обеспечивает функциональность и новые способы ведения коммерческой деятельности, которыми невозможно пренебречь. Внедрение инструментов электронной коммерции в любой стране рассматривается как средство решения проблемы создания информационной и технологической базы для развития рынков страны в условиях цифровизации экономики.

**Цель** преподавания учебной дисциплины «Электронная коммерция» – формирование у студентов профессиональных знаний и компетенций в области электронной коммерции, позволяющих находить обоснованные управленческие решения в коммерческой деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий.

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 тенденциях их развития в отечественной и зарубежной практике;
- сформировать знания о достижениях в области создания единых технологических подходов к продаже и закупкам товаров (услуг), включая создание интегрированных торговых систем;
- сформировать у студентов четкое представление о затратах на внедрение и использование форм электронной коммерции, а также показателях эффективности внедрения форм электронной коммерции;
- привить студентам практические навыки и умения организации и проведения коммерческих операций, базирующихся на использовании информационно-коммуникационных технологий;
- сформировать знания о политике продвижения товаров и услуг в информационно-коммуникационной среде, инструментах продвижения и их востребованности и результативности в разных системах электронной коммерции.

В результате изучения учебной дисциплины «Электронная коммерция» формируется следующая **специализированная компетенция**:

– разрабатывать механизм и осуществлять коммерческие бизнес-процессы с использованием различных платформ сети Интернет.

В результате изучения учебной дисциплины «Электронная коммерция» 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;
- порядок проведения операций продажи товаров и процедур закупки на электронных торговых площадках;
- основные инструменты продвижения товаров (услуг) в Интернете.

**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;
- разрабатывать рекламные кампании в Интернете;
- использовать подходы и методики оценки эффективности форм электронной коммерции.

**иметь навык:**

- решения прикладных задач в области организации и проведения коммерческих операций, базирующихся на использовании информационно-коммуникационных технологий;
- организации торговых процессов и закупочных процедур в Интернете;
- оценки эффективности использования форм электронной коммерции и разработки направлений ее повышения;
- разработки политики продвижения организации, ее товаров и услуг 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 «Электронная коммерция» относится к модулю «Управление товарными потоками» компонента учреждения образования

специальности «Коммерция» и к модулю «Управление бизнес-процессами» компонента учреждения образования специальности «Логистика».

Содержание учебной дисциплины «Электронная коммерция» опирается на изучение студентами учебных дисциплин «Организация бизнеса и маркетинг», «Организация и технология торговли», «Конкуренция и конкурентоспособность организации». Учебная дисциплина «Электронная коммерция» необходима для изучения учебной дисциплины «Бизнес-планирование».

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

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

– для дневной формы получения образования специальности 6-05-0413-01 «Коммерция»: общее количество учебных часов – 202, аудиторных – 82 часа, из них лекции – 38 часов, практические занятия – 16 часов, лабораторные занятия – 28 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

7 семестр – лекции – 38 часов, практические занятия – 16 часов, лабораторные занятия – 28 часов.

Самостоятельная работа студента – 120 часов.

– для заочной формы получения образования специальности 6-05-0413-01 «Коммерция»: общее количество учебных часов – 202, аудиторных – 18 часов, из них лекции – 8 часов, практические занятия – 4 часа, лабораторные занятия – 6 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

7 сессия – лекции – 6 часов.

8 сессия – лекции – 2 часа, практические занятия – 4 часа, лабораторные занятия – 6 часов.

Самостоятельная работа студента – 184 часа.

– для заочной формы получения образования (на базе ССО) специальности 6-05-0413-01 «Коммерция»: общее количество учебных часов – 202, аудиторных – 16 часов, из них лекции – 8 часов, практические занятия – 2 часа, лабораторные занятия – 6 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

5 сессия – лекции – 2 часа.

6 сессия – лекции – 6 часов, практические занятия – 2 часа, лабораторные занятия – 6 часов.

Самостоятельная работа студента – 186 часов.

Трудоемкость – 6 з.е.

Форма промежуточной аттестации - экзамен.

– для дневной формы получения образования специальности 6-05-0412-03 «Логистика»: общее количество учебных часов – 100, аудиторных – 48 часа, из них лекции – 20 часов, практические занятия – 10 часов, лабораторные занятия – 18 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

7 семестр – лекции – 20 часов, практические занятия – 10 часов, лабораторные занятия – 18 часов.

Самостоятельная работа студента – 52 часа.

– для заочной формы получения образования (на базе ССО) специальности 6-05-0412-03 «Логистика»: общее количество учебных часов – 100, аудиторных – 10 часов, из них лекции – 4 часа, практические занятия – 4 часа, лабораторные занятия – 2 часа.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

6 сессия – лекции – 2 часа.

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

Самостоятельная работа студента – 90 часов.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации - зачет.

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

#### **Тема 1.1. 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. 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 как форма осуществления торговли. 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 1.2. Системы и формы 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.

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

Портал как форма электронной коммерции. Виды порталов. Сущность корпоративного портала и выполняемые функции. 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 и мировой практике.

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

## **Раздел 2. ТЕХНОЛОГИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

### **Тема 2.1. Организационные и правовые основы электронной коммерции**

Составляющие организационного регулирования работы в Интернете. Внутренние правила сетей, входящих в Интернет. Доменное имя и доменная зона. Выбор доменного имени. Регистрация доменного имени. Регламенты регистрации доменных имен в Республике Беларусь. Киберсквоттерство. Общественное регулирование Интернета. Техническая координация интернета. Основные принципы распределения адресного пространства. Стандартизация работы в Интернете.

Потребности организации в веб-сайте. Виды сайтов. Корпоративный сайт. Основные функции сайтов. Контент сайта и его виды. Оптимизация страниц сайта. Контент карточек товаров. Разработка концепции 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 2.2. 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.

### **Тема 2.3. Организация продаж в электронной коммерции**

Предложение товаров в сетях. Особенности формирования ассортимента интернет-магазинов. Система управления контентом интернет-магазина. Модули управления интернет-магазином. Назначение Web-витрины, функции и требования, предъявляемые к ней. Построение электронного 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.

Электронная биржевая торговля. Предмет и виды биржевых электронных сделок. Виды биржевых торгов. 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 электронных торгов. Автоматизация процесса закупок с использованием программного обеспечения электронных торговых площадок. Этапы проведения электронной процедуры закупки.

#### **Тема 2.4. Системы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции**

Понятие платеж, расчет. Информационные и денежные потоки при платежах. Виды систем оплат в электронной коммерции. 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. Использование платежных систем на основе смарт-карт. Использование платежных систем на основе электронных денег. Характеристика отдельных платежных систем, ориентированных на Интернет. Варианты приема платежей.

Регулирование функционирования платежных систем в Республике Беларусь.

### **Раздел 3. ПОДДЕРЖКА ПРОДАЖ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ**

#### **Тема 3.1. Продвижение товаров и услуг в Интернете**

Модели коммуникации в Интернете с учетом интерактивности. Модели доставки информации с учетом активности пользователей. Инструменты продвижения товаров.

Особенности рекламы в сети Интернет. Стадии взаимодействия пользователя с рекламой. Виды интернет-рекламы и ее средства. Корпоративный сайт как средство рекламы. Требования к предоставляемой информации и ее обновлению.

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.

Реклама в поисковых системах и каталогах. Виды каталогов по условиям регистрации. Организация процесса регистрации в поисковых системах и каталогах. Преимущества рекламы в поисковых системах и каталогах.

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

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 3.2. 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 интернет-магазинов и торговых площадок.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ»**  
**Дневная форма получения высшего образования по специальности «Коммерция»**

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>7 семестр</b>										
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции</b>									
Тема 1.1	Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию	6							[2], [3], [4], [5], [11]	Дискуссия, экспресс-опрос
Тема 1.1	Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию		2						[2], [3], [4], [5], [11]	Опрос, тест, реферат
Тема 1.2	Системы и формы электронной коммерции	6							[1], [4], [7], [11], [13]	Дискуссия
Тема 1.2	Системы и формы электронной коммерции		2						[1], [4], [7], [11], [13]	Контрольная работа №1
Тема 1.2	Системы и формы электронной коммерции				8				[1], [11], [13], [14]	Отчет о выполнении лаб. исследований
<b>2</b>	<b>Раздел 2. Технологии электронной коммерции</b>									
Тема 2.1	Организационные и правовые основы электронной коммерции	4							[1], [5], [6], [12], [16]	Дискуссия
Тема 2.1	Организационные и правовые основы электронной коммерции		2						[1], [5], [6], [12], [16]	Опрос, тест, реферат

Тема 2.1	Организационные и правовые основы электронной коммерции				4				[5], [6], [12], [13]	Отчет о выполнении лаб. исследований
Тема 2.2	Безопасность электронной коммерции	2							[1], [3], [10]	Дискуссия
Тема 2.2	Безопасность электронной коммерции		2						[1], [3], [10]	Опрос, реферат
Тема 2.3	Организация продаж в электронной коммерции	6							[1], [4], [6], [11], [13]	Экспресс-опрос
Тема 2.3	Организация продаж в электронной коммерции		2						[1], [4], [6], [11], [13]	Опрос, реферат
Тема 2.3	Организация продаж в электронной коммерции				8				[1], [4], [6], [11], [13]	Отчет о выполнении лаб. исследований
Тема 2.4	Системы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции					4			[3], [5], [11], [15]	Отчет о выполнении задания УСР
Тема 2.4	Системы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции		2						[3], [5], [11], [15]	Опрос. Контрольная работа № 2
Тема 2.4	Системы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции				4				[3], [5], [11], [15]	Отчет о выполнении лаб. исследований
<b>3</b>	<b>Раздел 3. Поддержка продаж в электронной коммерции</b>									
Тема 3.1	Продвижение товаров и услуг в Интернете	6							[3], [8], [9], [14], [17]	Экспресс-опрос
Тема 3.1	Продвижение товаров и услуг в Интернете		2						[3], [8], [9], [14], [17]	Опрос, учебное задание, реферат
Тема 3.1	Продвижение товаров и услуг в Интернете				4				[3], [8], [9], [14], [17]	Отчет о выполнении лаб. исследований
Тема 3.2	Эффективность электронной коммерции	4							[1], [6], [14], [17], [18]	Дискуссия
Тема 3.2	Эффективность электронной коммерции		2						[1], [6], [14], [17],	Учебное задание, опрос,

									[18]	Контрольная работа № 3
	<b>Итого 7 семестр</b>	<b>34</b>	<b>16</b>		<b>28</b>	<b>4</b>				<b>Экзамен</b>
	<b>Всего часов</b>	<b>34</b>	<b>16</b>		<b>28</b>	<b>4</b>				

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ»**  
**Заочная форма получения высшего образования по специальности «Коммерция»**

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>7 сессия</b>							
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции</b>						
Тема 1.1	Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию	2				[2], [3], [4], [5], [11]	Дискуссия
Тема 1.2	Системы и формы электронной коммерции	2				[1], [4], [7], [11], [13]	Дискуссия
<b>2</b>	<b>Раздел 2. Технологии электронной коммерции</b>						
Тема 2.1	Организационные и правовые основы электронной коммерции	2				[1], [5], [6], [12], [16]	Экспресс-опрос
	<b>Итого 7 сессия</b>	<b>6</b>					
<b>8 сессия</b>							
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции</b>						
Тема 1.1	Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию		1			[2], [3], [4], [5], [11]	Тест, опрос
Тема 1.2	Системы и формы электронной коммерции		1			[1], [4], [7], [11], [13]	Тест, опрос
Тема 1.2	Системы и формы электронной коммерции				2	[1], [4], [7], [11], [13]	Отчет о выполнении лаб.

							исследований
<b>2</b>	<b>Раздел 2. Технологии электронной коммерции</b>						
Тема 2.1	Организационные и правовые основы электронной коммерции		1			[1], [5], [6], [12], [16]	Опрос, учебное задание
Тема 2.2	Безопасность электронной коммерции		1			[1], [3], [10]	Тест, опрос, дискуссия
Тема 2.3	Организация продаж в электронной коммерции	2				[1], [4], [6], [11], [13]	Дискуссия
<b>3</b>	<b>Раздел 3. Поддержка продаж в электронной коммерции</b>						
Тема 3.1	Продвижение товаров и услуг в Интернете				4	[3], [8], [9], [14], [17]	Отчет о выполнении лаб. исследований
	<b>Итого 8 сессия</b>	<b>2</b>	<b>4</b>		<b>6</b>		<b>Экзамен</b>
	<b>Всего часов</b>	<b>8</b>	<b>4</b>		<b>6</b>		

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ»**  
**Заочная форма получения высшего образования (на базе ССО) по специальности «Коммерция»**

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>7 сессия</b>							
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции</b>						
Тема 1.1	Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию	2				[2], [3], [4], [5], [11]	Дискуссия
Тема 1.2	Системы и формы электронной коммерции	2				[1], [4], [7], [11], [13]	Дискуссия
<b>2</b>	<b>Раздел 2. Технологии электронной коммерции</b>						
Тема 2.1	Организационные и правовые основы электронной коммерции	2				[1], [5], [6], [12], [16]	Экспресс-опрос
	<b>Итого 7 сессия</b>	<b>6</b>					
<b>8 сессия</b>							
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции</b>						
Тема 1.2	Системы и формы электронной коммерции				2	[1], [4], [7], [11], [13]	Отчет о выполнении лаб. исследований
<b>2</b>	<b>Раздел 2. Технологии электронной коммерции</b>						
Тема 2.1	Организационные и правовые основы электронной коммерции		1			[1], [5], [6], [12], [16]	Опрос, учебное задание

Тема 2.2	Безопасность электронной коммерции		1			[1], [3], [10]	Тест, опрос, дискуссия
Тема 2.3	Организация продаж в электронной коммерции	2				[1], [4], [6], [11], [13]	Дискуссия
<b>3</b>	<b>Раздел 3. Поддержка продаж в электронной коммерции</b>						
Тема 3.1	Продвижение товаров и услуг в Интернете				4	[3], [8], [9], [14], [17]	Отчет о выполнении лаб. исследований
	<b>Итого 8 сессия</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		<b>6</b>		<b>Экзамен</b>
	<b>Всего часов</b>	<b>8</b>	<b>2</b>		<b>6</b>		

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ»**  
**Дневная форма получения высшего образования по специальности «Логистика»**

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>7 семестр</b>										
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции</b>									
Тема 1.1	Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию	4							[2], [3], [4], [5], [11]	Дискуссия, экспресс-опрос
Тема 1.1	Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию		2						[2], [3], [4], [5], [11]	Опрос, тест, реферат
Тема 1.2	Системы и формы электронной коммерции	4							[1], [4], [7], [11], [13]	Дискуссия
Тема 1.2	Системы и формы электронной коммерции		2						[1], [4], [7], [11], [13]	Контрольная работа №1
Тема 1.2	Системы и формы электронной коммерции					8			[1], [11], [13], [14]	Отчет о выполнении лаб. исследований
<b>2</b>	<b>Раздел 2. Технологии электронной коммерции</b>									
Тема 2.1	Организационные и правовые основы электронной коммерции	2							[1], [5], [6], [12], [16]	Дискуссия, экспресс-опрос
Тема 2.1	Организационные и правовые основы электронной коммерции		2						[1], [5], [6], [12], [16]	Опрос, реферат

Тема 2.1	Организационные и правовые основы электронной коммерции				2				[1], [5], [6], [12], [16]	Отчет о выполнении лаб. исследований
Тема 2.2	Безопасность электронной коммерции	2							[1], [3], [10]	Дискуссия
Тема 2.3	Организация продаж в электронной коммерции	6							[1], [4], [6], [11], [13]	Дискуссия
Тема 2.3	Организация продаж в электронной коммерции		2						[1], [4], [6], [11], [13]	Опрос, учебное задание. Контрольная работа № 2
Тема 2.3	Организация продаж в электронной коммерции				8				[1], [4], [6], [11], [13]	Отчет о выполнении лаб. исследований
<b>3</b>	<b>Раздел 3. Поддержка продаж в электронной коммерции</b>									
Тема 3.2	Эффективность электронной коммерции	2							[1], [6], [14], [17], [18]	Дискуссия
Тема 3.2	Эффективность электронной коммерции		2						[1], [6], [14], [17], [18]	Учебное задание, опрос, Контрольная работа № 3
	<b>Итого 7 семестр</b>	<b>20</b>	<b>10</b>		<b>18</b>					<b>Зачет</b>
	<b>Всего часов</b>	<b>20</b>	<b>10</b>		<b>18</b>					

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ»**  
**Заочная форма получения высшего образования (на базе ССО) по специальности «Логистика»**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
<b>6 сессия</b>							
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции</b>						
Тема 1.1	Введение в электронный бизнес и электронную коммерцию	2				[2], [3], [4], [5], [11]	Дискуссия
	<b>Итого 6 сессия</b>	<b>2</b>					
<b>7 сессия</b>							
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции</b>						
Тема 1.2	Системы и формы электронной коммерции	2				[1], [4], [7], [11], [13]	Дискуссия
Тема 1.2	Системы и формы электронной коммерции				2		
<b>2</b>	<b>Раздел 2. Технологии электронной коммерции</b>						
Тема 2.1	Организационные и правовые основы электронной коммерции		1			[1], [5], [6], [12], [16]	Экспресс-опрос
Тема 2.2	Безопасность электронной коммерции		1			[1], [3], [10]	Опрос, тест
Тема 2.3	Организация продаж в электронной коммерции		2			[1], [4], [6], [11], [13]	Опрос, тест
	<b>Итого 7 сессия</b>	<b>2</b>	<b>4</b>		<b>2</b>		<b>Зачет</b>
	<b>Всего часов</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		<b>2</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 ступени 1-26 02 01 «Бизнес-администрирование» в качестве пособия / Т. В. Прохорова. – Минск : Институт бизнеса БГУ, 2023. – 114 с.
4. Скотовиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция: учебное пособие / А. Г. Скотовиков. – СПб. : Лань, 2019. – 258 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: 11.11.2024).
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: 12.11.2024).
8. 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.
9. Румянцев, Д.М. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Системный подход. / Д.М. Румянцев. – СПб. : Питер, 2019. – 336 с.
10. 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.

11. Твердохлебова, М. Д. Интернет-маркетинг и электронная коммерция: учебник / М. Д. Твердохлебова. – Текст: электронный. – URL: <https://book.ru/book/952984> (дата обращения: 11.11.2024).

#### **Электронные ресурсы:**

12. 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: 11.11.2024). – Текст: электронный.

13. 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: 11.11.2024).

14. 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: 11.11.2024).

#### **Нормативные правовые акты:**

15. О защите прав потребителей: Закон Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З: ред. от 22.04.2024 г. // iLex: информ. правовая система (дата обращения: 11.11.2024).

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: 11.11.2024).

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: 11.11.2024).

18. О государственных закупках товаров (работ, услуг): Закон Республики Беларусь от 13 июля 2012 г., № 419-З : с изм. и доп. Закона Республики Беларусь от 31 января 2024 г., № 354-З // iLex: информ. правовая система (дата обращения: 11.11.2024).

**Перечень вопросов для экзамена  
для специальности «Коммерция»**

1. Содержание и составляющие электронного бизнеса.
2. Виды и категории электронного бизнеса.
3. Уровни интеграции электронного бизнеса в деятельность организации.
4. Понятие цифровой экономики. Принципы ее функционирования.
5. Цифровая экономика: особенности, преимущества, недостатки.
6. Информационный продукт: понятие, виды и свойства.
7. Сущность электронной коммерции. Субъекты и объекты. Цели и возможности для организации.
8. Модели электронной коммерции и бизнес-модели электронной коммерции.
9. Концепция жизненного цикла электронной коммерции.
10. Понятие и виды систем электронной коммерции.
11. Системы электронной коммерции «бизнес-бизнес» и «бизнес-государство»: понятие, характеристика, формы.
12. Системы электронной коммерции «бизнес-потребитель» и «потребитель-государство»: понятие, характеристика, формы.
13. Интернет-магазин: понятие, функционал, преимущества.
14. Виды интернет-магазинов и их характеристика.
15. Портал как форма электронной коммерции. Виды порталов.
16. Корпоративный портал: понятие, виды, характеристики.
17. Электронная торговая площадка, ее сущность и функции.
18. Виды электронных площадок.
19. Модели организации электронных торговых площадок, их характеристика
20. Цифровые платформы: понятие, критерии, преимущества и принципы работы
21. Типы цифровых платформ и их характеристика.
22. Электронный аукцион. Особенности аукционной торговли. Виды электронных аукционов.
23. Составляющие организационного регулирования работы в интернете.
24. Техническая координация и стандартизация интернета.
25. Выбор и регистрация доменного имени в национальной доменной зоне Беларуси.
26. Разработка концепции веб-сайта. Виды веб-сайтов, выполняемые функции.
27. Контент коммерческого сайта: суть, виды, требования, способы создания.
28. Показатели оценки качества коммерческих разделов сайтов.
29. Правовое регулирование электронной коммерции в РБ.
30. Модули управления интернет-магазином.
31. Этапы совершения сделки в интернет-магазине.

32. Организация навигации по сайту. Регистрация и авторизация пользователей сайта.
33. Индивидуализация пользователей: понятие, задачи, методы индивидуализации. Типы пользователей.
34. Персонализация пользователей: понятие, задачи, направления. Персонализированный контент.
35. Электронная биржа: понятие, виды. Биржевой товар и его свойства.
36. Процедура организации торгов на электронной бирже.
37. Брокерские услуги в электронной коммерции: понятие, виды брокеров, организация взаимодействия.
38. Организация торгов на электронном аукционе.
39. Государственная закупка: понятие, виды процедур, требования к проведению.
40. Осуществление электронных закупок для государственных нужд (этапы).
41. Электронная платежная система: понятие, виды, предъявляемые требования. Выбор платежной системы.
42. Варианты приема платежей в электронной коммерции.
43. Электронные деньги: понятие, требования к эмиссии и распространению.
44. Электронные платежные системы, функционирующие в РФ: виды и основные характеристики.
45. Безопасность электронной коммерции: понятие, составляющие, принципы обеспечения.
46. Киберсквоттинг: понятие, виды, возможности.
47. Мошенничество и хакерство в информационных сетях.
48. Направления обеспечения безопасности электронной коммерции.
49. Модели коммуникаций в электронной коммерции.
50. Интернет-продвижение: понятие, направления, преимущества.
51. Электронные каталоги как инструмент интернет-продвижения.
52. Баннерная реклама.
53. Контекстная реклама: понятие, преимущества, средства.
54. Продвижение в социальных сетях.
55. Стадии взаимодействия пользователя с интернет-рекламой, их характеристика.
56. Сущность и особенности электронных общественных связей (ЭОС). Инструменты ЭОС.
57. Системы показателей оценки эффективности форм электронной коммерции.
58. Оценка эффективности функционирования интернет-магазина.
59. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете.
60. Риски в электронной коммерции.
61. Вирусы в электронной коммерции и антивирусная стратегия.
62. Интернет-статистики (вэб-аналитики): информационные ресурсы и возможности для электронной коммерции.

**Перечень вопросов для зачета для специальности «Логистика»**

1. Сущность электронной коммерции. Субъекты и объекты. Цели внедрения электронной коммерции и возможности для организации.
2. Модели электронной коммерции и бизнес-модели электронной коммерции.
3. Концепция жизненного цикла электронной коммерции
4. Виды и категории электронного бизнеса.
5. Уровни интеграции электронного бизнеса в деятельность организации.
6. Понятие цифровой экономики. Принципы ее функционирования.
7. Цифровая экономика: особенности, преимущества, недостатки.
8. Информационный продукт: понятие, виды и свойства.
9. . Понятие и виды систем электронной коммерции.
10. Системы электронной коммерции «бизнес-бизнес» и «бизнес-государство»: понятие, характеристика, формы.
11. Системы электронной коммерции «бизнес-потребитель» и «потребитель-государство»: понятие, характеристика, формы.
12. Интернет- магазин: понятие, функционал, преимущества.
13. Виды интернет- магазинов и их характеристика.
14. Портал как форма электронной коммерции. Виды порталов.
15. Корпоративный портал: понятие, виды, характеристики.
16. Виды веб-сайтов. Разработка концепции веб-сайта.
17. Электронная торговая площадка, ее сущность и функции.
18. Виды электронных площадок.
19. Модели организации электронных торговых площадок, их характеристика
20. Цифровые платформы: понятие, критерии, преимущества и принципы работы
21. Типы цифровых платформ и их характеристика.
22. Электронный аукцион. Особенности аукционной торговли. Виды электронных аукционов.
23. Составляющие организационного регулирования работы в интернете.
24. Техническая координация и стандартизация интернета.
25. Выбор и регистрация доменного имени в национальной доменной зоне Беларуси.
26. Разработка концепции Web-сайта. Виды Web-сайтов.
27. Контент коммерческого сайта: суть, виды, требования, способы создания.
28. Показатели оценки качества коммерческих разделов сайтов.
29. Правовое регулирование электронной коммерции в РБ.
30. Модули управления интернет-магазином.
31. Этапы совершения сделки в интернет- магазине.
32. Организация навигации по сайту. Регистрация и авторизация пользователей.
33. Индивидуализация пользователей: понятие, задачи, методы индивидуализации. Типы пользователей.
34. Персонализация пользователей: понятие, задачи, направления. Персонализированный контент.
35. Электронная биржа: понятие, виды. Биржевой товар и его свойства.

36. Процедура организации торгов на электронной бирже.
37. Брокерские услуги в электронной коммерции: понятие, виды брокеров, организация взаимодействия.
38. Организация торгов на электронном аукционе.
39. Государственная закупка: понятие, виды процедур, требования к проведению.
40. Осуществление электронных закупок для государственных нужд (этапы).
41. Электронная платежная система: понятие, виды, предъявляемые требования. Выбор платежной системы.
42. Варианты приема платежей в электронной коммерции.
43. Электронные деньги: понятие, требования к эмиссии и распространению.
44. Электронные платежные системы, функционирующие в РФ: виды и основные характеристики.
45. Безопасность электронной коммерции: понятие, составляющие, принципы обеспечения.
46. Киберсквоттинг: понятие, виды, возможности.
47. Мошенничество и хакерство в информационных сетях.
48. Риски в электронной коммерции.
49. Интернет-статистики (вэб-аналитики): информационные ресурсы и возможности для электронной коммерции.
50. Направления обеспечения безопасности электронной коммерции.

### **Перечень лабораторных занятий**

1. Системы и формы электронной коммерции.
2. Организационные и правовые основы электронной коммерции.
3. Организация продаж в электронной коммерции.
4. Системы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции.
5. Продвижение товаров и услуг в Интернете.

### **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. Регулирование электронной коммерции в ЕАЭС.
4. Регулирование электронной коммерции в ЕС.
5. Регулирование 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. Регулирование национальных доменных зон Беларуси и России.
11. Исследование требований к регистрации доменных имен в разных доменных зонах.
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. Белорусские электронные торговые площадки для осуществления государственных закупок: сравнительный анализ.
17. Возможности участия белорусских субъектов хозяйствования в государственных закупках государств – участников ЕАЭС.
18. Электронные аукционы в национальной доменной зоне Беларуси: развитие и востребованность участниками.
19. Рынок интернет-рекламы Республики Беларусь.
20. Контекстная реклама и ее возможности в продвижении товаров.
21. Электронные каталоги и их потенциал для продвижения товаров, услуг в Интернете.
22. Развитие рекламы в социальных сетях и ее популярность у белорусских пользователей.
23. Сравнительный анализ возможностей социальных сетей для рекламы товаров и услуг белорусских производителей.
24. Использование веб-аналитики в коммерческой деятельности.
25. Эффективность рекламной кампании в Интернете и ее повышение по результатам оценки.
26. Исследование поведения потребителей при покупке товаров в сети Интернет.
27. Мошенничество в национальной доменной зоне Беларуси и его предотвращение.

## Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы

УРС содержит задания, в рамках содержания лекции по теме «Системы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции».

Примерные условия заданий

Задание 1. Сформируйте опорный конспект лекции в рамках предусмотренных учебной программой вопросов.

### 1.1. Виды систем оплат и средства платежа

Платеж — процесс исполнения инициатором платежа, поставщиком платежных услуг, получателем платежа денежных обязательств с использованием платежных инструментов и (или) средств платежа. Он является неотъемлемым этапом любой коммерческой сделки.

Расчет —

Окончателность платежа

В электронной коммерции с учетом момента оплаты при совершении коммерческой сделки выделяют три типа систем оплаты:

Средства платежа подразделяют на две группы (дополните текст):

- Традиционные:
- Электронные:

Электронные деньги (согласно Банковскому кодексу РБ) - это

Перечислите требования к эмиссии электронных денег:

Перечислите требования к распространению электронных денег

### 1.2. Технологии электронных платежей

Платежная система – это

По способу доступа к электронным деньгам электронные платежные системы делятся на 2 типа:

1. требующие установки специального программного обеспечения
2. имеющие веб-интерфейс

В зависимости от способа расчетов платежные системы можно классифицировать:

Порядок организации и функционирования платежной системы определяется ее правилами, установленными оператором этой платежной системы.

Требования к содержанию правил платежной системы (приведите согласно Закону РБ от 19.04.2022 № 164-З, глава 2):

Задание 2. Изучите электронные платежные системы (ЭПС), используемые в Республике Беларусь и за рубежом. Заполните таблицу, содержащую наиболее важные характеристики ЭПС (для этого выберите не менее 2-х ЭПС). Предложенные характеристики ЭПС должны быть дополнены 2 – 3 показателями студентом самостоятельно.

Таблица – Характеристика электронных платежных систем

№ п/п	Показатель	Название ЭПС	
		1	2
1	Год начала функционирования		
2	География распространения		
3	Валюта расчетов		

4	Функции ЭПС		
5	Процедура регистрации участника		
6	Способы пополнения счета		
7	Возможность вывода денежных средств		
8	Тарифы (комиссия) за: <i>транзакции</i> <i>ввод средств</i> <i>вывод средств</i>		
9			
10			
11			

### Организация самостоятельной работы студентов

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

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования специальности «Коммерция» отводится 120 часов.

На самостоятельную работу обучающегося заочной формы получения образования специальности «Коммерция» отводится 184 часов.

На самостоятельную работу обучающегося заочной формы получения образования на базе ССО специальности «Коммерция» отводится 186 часов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования специальности «Логистика» отводится 52 часов.

На самостоятельную работу обучающегося заочной формы получения образования на базе ССО специальности «Логистика» отводится 90 часов.

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;
- подготовку 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;
- отчет о выполнении управляемой самостоятельной работы;
- 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.

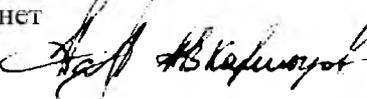
Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена по специальности «Коммерческая деятельность»; в форме зачета по специальности «Логистика».

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

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 зачете 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 	
Управление затратами	Кафедра логистики и ценовой политики	Замечаний и предложений нет 