**Введение**

В представленном УМК (ЭУМК) «Электронная коммерция» объединены структурные элементы научно-методического обеспечения соответствующей учебной дисциплины, которое призвано обеспечить получение высшего профессионального образования, повысить его качество, и основано на результатах фундаментальных и прикладных научных исследований в сфере торговли.

Автор(ы) УМК (ЭУМК): заведующий кафедрой коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках БГЭУ Климченя Л.С., к.э.н., доцент.

Учебно-методический комплекс (ЭУМК) по учебной дисциплине «Электронная коммерция» обеспечивает изучение учебной одноименной дисциплины, которая относится к числу специальных учебных дисциплин, формирующих профессиональные навыки специалистов в области торговли. Использование специалистами в своей профессиональной деятельности знаний в области формирования торговой политики организации будет способствовать эффективной работе торговых организаций и предприятий на потребительском рынке.

Цель разработки УМК (ЭУМК) учебной дисциплины – научно-методическое обеспечение формирования профессиональных знаний в области электронной коммерции, позволяющих принимать обоснованные управленческие решения в условиях многоканальности реализации товаров и услуг.

Задачи, решаемые методическим обеспечением:

- обеспечить теоретическую подготовку будущих специалистов по вопросам электронной коммерции и cформировать у них соответствующее мышление, позволяющее принимать самостоятельные решения;

- сформировать у студентов четкое представление об особенностях электронной коммерции, а так же электронной торговли;

- привить студентам практические навыки разработки и использования инструментов электронной коммерции в различных звеньях товародвижения.

Требования к профессиональным компетенциям специалиста.

Специалист должен быть способен:

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.

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

ПК-10. Прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

ПК-12. Разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента и повышения эффективности деятельности предприятия.

ПК -17. Анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии развития организации.

ПК-18. Прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность.

ПК-21. Осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью.

ПК-22. Работать с информационными базами данных, обеспечивающими оперативный торговый, складской и производственный учет товаров.

ПК-23. Находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

*знать*:

* основную терминологию по учебной 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 предпринимательской деятельности на потребительском рынке;

*владеть*:

* способами решения наиболее распространенных задач в области организации и проведения коммерческих операций, базирующихся на использовании информационно-коммуникационных технологий;
* навыками организации торговых процессов на основе использования сетевых компьютерных технологий;
* алгоритмом внедрения форм электронной коммерции в деятельности торговых организаций и индивидуальных предпринимателей.

В процессе изучения учебной дисциплины рассматриваются общие моменты и особенности реализации технологий электронной коммерции в деятельности субъектов хозяйствования, а также методы оценки и выбора наиболее эффективных форм электронной коммерции, принимаемых в предпринимательской деятельности, инструменты продвижения товаров в информационных сетях. Это позволит студентам получить необходимые знания и практические навыки использования современных коммерческих технологий.