**ХСИЛЛАБУС**

**Весенний семестр 2021-2022 уч. г.**

**по образовательной программе «Мировая экономика»**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Код дисциплины** | **Название дисциплины** | **Самостоятельная работа студента (СРС)** | **Кол-во часов** | | | | | **Кол-во кредитов** | **Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя (СРСП)** |
| **Лекции (Л)** | **Практ. занятия (ПЗ)** | | **Лаб. занятия (ЛЗ)** | |
| **EК 3222** | **Электронная коммерция** | 6 | 15 | 30 | | - | | 3 | 7 |
| **Академическая информация о курсе** | | | | | | | | | |
| **Вид обучения** | **Тип/характер курса** | **Типы лекций** | | | **Типы практических занятий** | | **Кол-во СРС** | | **Форма итогового контроля** |
| онлайн | Элективный курс | Дискуссия, лекция | | | Анализ | | 6 | | экзамен |
| **Лектор** | Аленова Карлыгаш Кайратовна | | | | | | По расписанию | | |
| **e-mail** | Karlygash20152018@gmail.com | | | | | |
| **Телефоны** | 87072141040 | | | | | |

|  |
| --- |
| **Академическая презентация курса** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Цель дисциплины** | **Ожидаемые результаты обучения (РО)**  В результате изучения дисциплины обучающийся будет способен: | **Индикаторы достижения РО (ИД)**  (на каждый РО не менее 2-х индикаторов) |
| Целями освоения дисциплины «Электронная коммерция» является формирование  системного подхода к теоретическим основам и практическим аспектам реализации  электронной коммерции как интегрированному направлению, охватывающему обшир-  ный круг вопросов стратегического и операционного бизнеса, развивающихся на  электронном рынке в сочетании с широким диапазоном новых возможностей инфор-  мационных технологий.  Задачами изучения дисциплины являются:  - исследование современных типологий электронной коммерции, технических и  программных средств применяемых в электронной коммерции, оценка эффективности,  деятельности в сфере разработки проектов связанных с электронным бизнесом;  - формирование специалиста нового профиля, владеющего инструментарием элек-  тронного бизнеса и особенностями работы на различных сегментах рынке. | РО 1 использует основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности | ИД 1.1. анализирует состояние и перспективы решения проблем социально-экономического развития мирового хозяйства  ИД 1.2. анализирует основные тенденции и перспективы развития электронного бизнеса в Казахстане и в других странах |
| РО 2 работает с информацией в глобальных компьютерных сетях | ИД 2.1. прогнозирует и анализирует развитие отдельных тенденций в электронном бизнесе  ИД 2.2. анализирует социально-значимые проблемы и процессы |
| РО 3 разбирается в вопросах ведения электронной коммерции | ИД 3.1. определяет особенности, составные части, технологии и инструменты ведения электронной коммерции;  ИД 3.2. объясняет специфику организации и ведения электронной коммерции  ИД 3.3. классифицирует бизнес-модели электронной коммерции  ИД 3.4. применяет методы ведения электронного бизнеса в организации и совершенствовании деятельности компании на рынке электронной коммерции; |
| РО 4 – анализирует и оценивает эффективность ведения электронной коммерции | ИД 4.1.оценивает преимущества и недостатки ведения коммерческих операций в интернет-пространстве;  ИД 4.2. аргументирует свою точку зрения по вопросам и проблемам ведения электронной коммерции;  ИД 4.3. дает сравнительную оценку действующих интернет-технологий на рынке электронной коммерции Казахстана |
| РО 5 – применяет полученные знания в своей профессиональной деятельности в сфере электронного бизнеса | ИД 5.1. анализирует информацию о покупательских предпочтениях и потребностях клиентов;  ИД 5.2. оценивает эфффективность ведения электронной коммерции в сравнении с традиционной коммерческой деятельностью |
| **Пререквизиттер** | Международная экономика  Международный маркетинг  Ценообразование на мировых рынках | |
| **Постреквизиттер** | Управление ВЭД  Таможенно-тарифное регулирование ВЭД  Международная логистика | |
| **Әдебиет және ресурстар** | **Учебная литература:**   1. Медведева, М. А. Электронный бизнес. Часть 1 : учебное пособие / М. А. Медведева, М. А. Медведев ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2015. — 108 с.   <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/42393/1/978-5-7996-1793-6_2016.pdf>   1. Электронный бизнес : Часть 2 = Electronic business : 2nd part : учебное пособие : / М. А. Медведева, М. А. Медведев, С. С. Парушева, К. Ц. Несторов ; научный редактор Д. Б. Берг ; Министерство образования и науки Российской Федерации,— Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2017. — 132 с.   <https://www.researchgate.net/profile/Silvia_Parusheva/publication/328542481_Electronic_business_2nd_part_Elektronnyj_biznes_Cast_2/links/5bd365dd92851c6b2791f930/Electronic-business-2nd-part-Elektronnyj-biznes-Cast-2.pdf>   1. Цифровые вызовы для мировой экономики: евразийская перспектива плюс: сборник статей по материалам международной научной конференции / под науч. ред. С.А. Афонцева, Л. Г. Беловой. — М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2020.— 384 с.   <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=66912&p=attachment>   1. Цифровая экономика: тренды и перспективы трансформации бизнеса. Материалы V Межфакультетской научно-практической конференции молодых ученых: Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, экономический факультет; 12 декабря 2018 г.: доклады и выступления / под ред. д.э.н., проф. Л. В. Лапидус. — М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2019. — 148 с. ISBN 978-5-906932-30-3   <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=61558&p=attachment>   1. Маркетинговый анализ компаний в российском сегменте интернета: Сборник научных студенческих статей / под ред. канд. экон. наук, доцента Е. М. Слепенковой. — М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2018. — 224 с. ISBN 978-5-906932-08-2 <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=50910&p=attachment> 2. Перспективы развития электронного бизнеса и электронной коммерции. Материалы IV Межфакультетской научно-практической конференции молодых ученых: Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, экономический факультет; 13 декабря 2017 г.: Доклады и выступления / под ред. д-ра экон. наук Л. В. Лапидус. – М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2018. – 72 с. ISBN 978-5-906783-95-0 <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=48481&p=attachment> 3. Международная научная конференция «Цифровизация Евразии»: новые перспективы экономического сотрудничества и развития: Материалы конференции 28 ноября 2018 г. / Под науч. ред. С. А. Афонцева, Л. Г. Беловой. — М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2019. — 284 с. ISBN 978-5-906932-18-1 <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=53569&p=attachment> 4. М 26 Маркетинговый анализ интернет компаний Рунета: сборник научных статей/ под ред. Слепенковой Е.М. – М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2017. – 250 с. ISBN 978-5-906783-67-7 <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=42183&p=attachment> 5. Перспективы развития электронного бизнеса и электронной коммерции. Материалы III Межфакультетской научно-практической конференции молодых ученых: доклады и выступления / под ред. д.э.н. Л.В. Лапидус – М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2017. - 145 с. ISBN 978-5-906783-68-4 <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=42180&p=attachment>   **Интернет-ресурсы:**   1. Всемирная торговая организация (ВТО) - WorldTradeOrganization (WTO) - <http://www.wto.org/> 2. Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) - United Nations Conference on Thade and development - <http://unctad.org/>, <http://www.un.org/ru/> 3. Международная торговая палата– International Chamber of Commerce - <https://iccwbo.org/>, <http://www.iccwbo.ru/ob-icc/icc-russia/missiya/> 4. Комиссия ООН по праву международной торговли - United Nations Commission on International Trade Law - <http://www.uncitral.org/>, 5. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) - [http://www.oecd.org/statistics](file:///E:\www.oecd.org\statistics\index.html) 6. EcommerceWiki// https://www.ecommercewiki.org/ 7. Интернет-портал Информационно-маркетингового центра РК // <http://kazimc.kz>   8. eMarketer - <https://www.emarketer.com/>  9.I-SCOOP // <https://www.i-scoop.eu/digital-business/>  10. Типы платежных систем- <https://studbooks.net/940494/marketing/tipy_platezhnyh_sistem>  11. Этическая электронная торговля- <https://ecommerce-platforms.com/ru/articles/on-the-menu-ethical-sustainable-disposables>  12. Что такое CRM системы и как они работают? Лучшие бесплатные CRM- <https://www.kadrof.ru/st-crm.shtml> 13. Лекция "Будущее интернета"<https://www.youtube.com/watch?v=p-AciXWvejM>14. Цикл лекций по электронной коммерции с OZON.ru <https://www.youtube.com/watch?v=-_ftNhMKLPA> 15. Электронная коммерция в Казахстане <https://www.youtube.com/watch?v=0ss0XmeJu-U> 16. Создание интернет-бизнеса. Лекция 1: Специфика интернет среды и формирование команды <https://www.youtube.com/watch?v=k_q3079_3sE> | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Академическая политика курса в контексте университетских морально-этических ценностей** | **Правила академического поведения:**  Всем обучающимся необходимо зарегистрироваться на МООК. Сроки прохождения модулей онлайн курса должны неукоснительно соблюдаться в соответствии с графиком изучения дисциплины.  **ВНИМАНИЕ!** Несоблюдение дедлайнов приводит к потере баллов! Дедлайн каждого задания указан в календаре (графике) реализации содержания учебного курса, а также в МООК.  **Академические ценности:**  - Практические/лабораторные занятия, СРС должна носить самостоятельный, творческий характер.  - Недопустимы плагиат, подлог, использование шпаргалок, списывание на всех этапах контроля.  - Студенты с ограниченными возможностями могут получать консультационную помощь по е-адресу Karlygash20152018@gmail.com |
| **Политика оценивания и аттестации** | **Критериальное оценивание:** оценивание результатов обучения в соотнесенности с дескрипторами (проверка сформированности компетенций на рубежном контроле и экзаменах).  **Суммативное оценивание:** оценивание активности работы в аудитории (на вебинаре); оценивание выполненного задания. |

**Календарь (график) реализации содержания учебного курса**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Неделя | Название темы | РО | ИД | Кол-во часов | Максимальный балл | Форма оценки знаний | Форма проведения занятия  /платформа |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Модуль 1 Понятие и особенности электронной коммерции** | | | | | | | |
| 1 | Л. 1. Ведение бизнеса в условиях интернет-экономики | РО 1 | ИД 1.1.  ИД 1.2 | 1 | 2 | Устный опрос | Zoom |
| 1 | СЗ1. Раскройте понятие электронной коммерции. Рассмотрите историю электронной коммерции. | РО 1 | ИД 1.1.  ИД 1.2 | 2 | 8 | Анализ | Zoom |
| 2 | Л 2. Развитие электронной коммерции в международной торговле | РО 2 | ИД 2.1.  ИД 2.2 | 1 | 2 | Устный опрос | Zoom |
| 2 | СЗ 2. Приведите структуру  рынка электронной коммерции. Оцените факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Опишите факторы развития систем электронной коммерции. | РО 2 | ИД 2.1.  ИД 2.2 | 2 | 8 | Анализ | Zoom |
| 3 | Л 3. Особенности ведения электронной коммерции | РО 2 | ИД 2.1.  ИД 2.2 | 1 | 2 | Устный опрос | Zoom |
| 3 | СЗ 3. Определите и оцените преимущества и недостатки электронной коммерции. Приведите примеры из собственного опыта обращения к электронной коммерции. | РО 3 | ИД 3.1.  ИД 3.2  ИД 3.3  ИД 3.4 | 2 | 8 | Анализ | Zoom |
| 3 | СРСП 1 Консультация по выполнению СРС1 |  |  |  |  | Консультация | Zoom |
| 3 | СРС 1 Подготовьте презентацию на тему: «Современное состояние и основные проблемы развития электронной коммерции в Казахстане». | РО 4 | ИД 4.1  ИД 4.2  ИД 4.3 |  | 25 | Подготовка и защита презентации, устный опрос | Zoom |
| 4 | **Л 4.** Системы электронной коммерции в корпоративном (В2В) и потре-  бительских (B2C, С2C) секторах. | РО 3 | ИД 3.1.  ИД 3.2  ИД 3.3  ИД 3.4  ИД 3.5 | 1 | 2 | Устный опрос | Zoom |
| 4 | **СЗ 4.** Объясните системы электронной коммерции в корпоративном секторе (В2В) ресурсов. | ОН 3  РО 5 | ИД 3.1.  ИД 3.2  ИД 3.3  ИД 5.1  ИД 5.2 | 2 | 8 | Анализ | Zoom |
| 5 | **Л 5.** Системы электронной коммерции в корпоративном (В2В) и потре-  бительских (B2C, С2C) секторах. | ОН 3  РО 5 | ИД 3.1.  ИД 3.2  ИД 3.3  ИД 5.1  ИД 5.2 | 1 | 2 | Устный опрос | Zoom |
| 5 | **СЗ 5.** Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (С2C). | РО 3  РО 5 | ИД 3.1.  ИД 3.2  ИД 3.3  ИД 5.1  ИД 5.2  ИД 5.3 | 2 | 8 | Анализ | Zoom |
| 5 | **СРСП 2** Консультация по выполнению СРС 2 |  |  |  |  | Консультация | Zoom |
| 5 | **СРС 2.** Проблемы налогообложения электронной коммерции | РО 4 | ИД 4.1  ИД 4.2  ИД 4.3 |  | 25 | Подготовка и защита презентации, устный опрос | Zoom |
| 5 | **РК 1** |  |  |  | **100** |  |  |
| 6 | **Л 6.** Особенности и модели организации электронной торговли | РО 5 | ИД 5.1  ИД 5.2 | 1 | 2 | Устный опрос | Zoom |
| 6 | **СЗ 6.** Торговые системы электронной коммерции в сети Интернет: электронные магазины, Интернет- аукционы, электронные торговые  площадки. Финансовые системы электронной коммерции в сети Интернет: Интернет-банкинг, Интернет- трейдинг, Интернет-страхование. | РО 5 | ИД 5.1  ИД 5.2 | 2 | 8 | Анализ | Zoom |
| 7 | **Л 7.** Концепция электронного правительства. | РО 5 | ИД 5.1  ИД 5.2 | 1 | 2 | Устный опрос | Zoom |
| 7 | **СЗ 7.** Системы электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B). | РО 5 | ИД 5.1  ИД 5.2 | 2 | 8 | Анализ | Zoom |
| 8 | **Л 8**. Киберпреступность. Перспективы электронной коммерции | РО 5 | ИД 5.1  ИД 5.2 | 1 | 2 | Устный опрос | Zoom |
| 8 | **СЗ 8.** Мошенничество в Интернете. Перспективы электронной коммерции. | РО 3 | ИД 3.1.  ИД 3.2  ИД 3.3 | 2 | 8 | Анализ | Zoom |
| 8 | **СРСП 3** Консультация по выполнению СРС 3 |  |  |  |  | Консультация | Zoom |
| 8 | **СРС 3** Проблема защиты информации при проведении электронных платежей: технические и правовые аспекты | РО 5 | ИД 5.1  ИД 5.2  ИД 5.3 |  | 25 | Подготовка и защита презентации, устный опрос | Zoom |
| 9 | **Л 9.** Платежи и расчеты в Интернет | РО 3 | ИД 3.1.  ИД 3.2  ИД 3.3 | 1 | 2 | Устный опрос | Zoom |
| 9 | **СЗ 9.** Экономическая природа электронных денег. Информационная теория денег. Основные виды электронных денег и уровень их безопасности. Электронные платежные системы: обзор существующих. Банк и Интернет. Новая модель банковской деятельности. Управление банковским счетом через Интернет. Другие банковские услуги в Интернете. | РО 5 | ИД 5.1  ИД 5.2  ИД 5.3 | 2 | 8 | Анализ | Zoom |
| 10 | **Л 10.** Маркетинговые исследования в Интернет | РО 5 | ИД 5.1 | 1 | 2 | Устный опрос | Zoom |
| 10 | **СЗ 10.** Исследования рынков, конкурентов, потребителей. Использование Интернет для продви-  жения продуктов. Построение системы маркетинга в среде Интернет. Оценка эффективности маркетинга. | РО 5 | ИД 5.1 | 2 | 8 | Анализ | Zoom |
| 10 | **СРСП 4** Консультация по выполнению СРС 4 |  |  |  |  | Консультация | Zoom |
| 10 | **СРС 4** Системы электронной коммерции, как новые каналы коммуникаций и распределения товаров и услуг | РО 5 | ИД 5.1 |  | 25 | Подготовка и защита презентации, устный опрос | Zoom |
| 10 | **МТ (Midterm Exam)** |  |  |  | **100** |  |  |
| 11 | **Л 11.** Маркетинговые коммуникации в электронной коммерции | РО 4 | ИД 4.3 |  | 1 | 2 | Устный опрос |
| 11 | **СЗ 11.** Товарная и ценовая политика в Интернете. Интернет-реклама. Содержательная и внешняя реклама.  Виды и инструменты рекламы в Интернете. Баннерная реклама. Е-mail-  реклама, списки рассылки, дискуссионные листы. Партнерские  программы. Эффективность рекламных кампаний в Интернете. | РО 3  РО 4 | ИД 3.3  ИД 4.3 |  | 2 | 8 | Анализ |
| 12 | **Л 12.** Бизнес-планирование в Интернет | РО 4 | ИД 4.3 | 1 | 2 | Устный опрос | Zoom |
| 12 | **СЗ 12.** Стратегия предприятия в Интернет. Ресурсное обеспечение и экономика Интернет- проекта. | РО 3  РО 4 | ИД 3.3  ИД 4.3 | 2 | 8 | Анализ | Zoom |
| 12 | **СРСП 5** Консультация по выполнению СРС 5 |  |  |  |  | Консультация | Zoom |
| 12 | **СРС 5** Развитие электронного франчайзинга в рамках электронной коммерции | РО 4 | ИД 4.1  ИД 4.2  ИД 4.3 |  | 25 | Подготовка и защита презентации, устный опрос | Zoom |
| 13 | **Л 13.** Правовое  регулирование электронной  коммерции в современных условиях |  |  |  |  |  |  |
| 13 | **СЗ 13.** Международное правовое  регулирование электронной коммерции. |  |  |  |  |  |  |
| 14 | **Л 14.** Особенности и методы оценки эффективности систем электронной коммерции | РО 4 | ИД 4.1  ИД 4.2  ИД 4.3 | 1 | 2 | Устный опрос | Zoom |
| 14 | **СЗ 14**. Основные понятия и показатели  эффективности электронной коммерции. Методы оценки эффективности систем электронной коммерции. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете. | РО 3 | ИД 3.1.  ИД 3.2  ИД 3.3  ИД 3.4  ИД 3.5 | 3 | 8 | Анализ | Zoom |
| 14 | **СРСП 6** Консультация по выполнению СРС 6 |  |  |  |  | Консультация | Zoom |
| 14 | **СРС 6.** Составление глоссария по всем темам курса | РО 3 | ИД 3.1.  ИД 3.2  ИД 3.3 |  |  | Подготовка и защита презентации, устный опрос | Zoom |
| 15 | **Л 15.** Особенности и методы оценки эффективности систем электронной коммерции | РО 4 | ИД 4.1  ИД 4.2  ИД 4.3 | 1 | 2 | Устный опрос | Zoom |
| 15 | **СЗ 15.** Оценка эффективности электронной коммерции с помощью индекса ePerformance компании McKinsey. Оценка эффективности вложений в системы электронной коммерции. | РО 3 | ИД 3.1.  ИД 3.2  ИД 3.3  ИД 3.4  ИД 3.5 | 3 | 8 | Анализ | Zoom |
| 15 | **СРСП 7** Обзор и подведение итогов курса. |  |  |  |  | Анализ и обсуждение |  |
|  | **РК 2** |  |  |  | **100** |  |  |

[С о к р а щ е н и я: ВС – вопросы для самопроверки; ТЗ – типовые задания; ИЗ – индивидуальные задания; КР – контрольная работа; РК – рубежный контроль.

З а м е ч а н и я:

- Форма проведения Л и ПЗ**:**вебинар в MSTeams/Zoom(презентация видеоматериалов на 10-15 минут, затем его обсуждение/закрепление в виде дискуссии/решения задач/...)

- Форма проведения КР**:** вебинар (по окончании студенты сдают скрины работ старосте, староста высылает их преподавателю) / тест в СДО Moodle.

- Все материалы курса (Л, ВС, ТЗ, ИЗ и т.п.) см. по ссылке (см. Литература и ресурсы, п. 6).

- После каждого дедлайна открываются задания следующей недели.

- Задания для КР преподаватель выдает в начале вебинара.]

Декан \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Жекенов Д.К.

Председатель методбюро \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Машимбаева Г.А.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Чукубаев Е.С.

Лектор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Аленова К.К.