



**Частное учреждение профессионального образования
«Высшая школа предпринимательства»
(ЧУПО «ВШП»)**

**Рабочая программа дисциплины
«Организация и управление онлайн-продажами»**

для специальности среднего профессионального образования:

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Квалификация базовой подготовки: менеджер по продажам

СОДЕРЖАНИЕ

- I. ПАСПОРТ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
- II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
- III. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
- IV. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

I. ПАСПОРТ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

Область применения программы

Программа учебной дисциплины «Организация и управление онлайн-продажами» является частью основной профессиональной образовательной программы, составленной в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №539 от 15 мая 2014 г., по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Настоящая дисциплина входит в общепрофессиональные дисциплины профессионального учебного цикла. Знания по дисциплине «Организация и управление онлайн-продажами» могут использоваться в дисциплинах профессиональных модулей.

Цель и задачи дисциплины. Требования к результатам освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Организация и управление онлайн-продажами» является приобретение знаний, навыков и способностей в области использования электронного бизнеса, правового регулирования электронной коммерции, применения современных технологий электронной торговли.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение информационно-коммуникационных технологий организации онлайн-продаж;
- анализировать потребительскую аудиторию при осуществлении онлайн-продаж;
- приобретение знаний в области организации онлайн-продаж;
- изучение правовых основ регулирования онлайн-продаж;
- изучение современных технологий совершения коммерческих операций с применением электронных средств обмена данными;
- приобретение навыков анализа и оценки эффективности управления онлайн-продажами;

В результате изучения дисциплины обучаемый должен:

уметь:

- осуществлять поиск и использовать информацию, необходимую для эффективных онлайн-продаж;
- использовать информационно-коммуникационные технологии при осуществлении онлайн-продаж;
- работать на электронных торговых площадках;
- пользоваться электронными деньгами и электронными платежными системами;
- управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение при осуществлении онлайн-продаж;

знать:

- нормативно-правовую базу осуществления онлайн-продаж;
- основы функционирования платежных систем Интернета;
- основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли в сфере онлайн-продаж;
- методы оценки эффективности онлайн-продаж.

КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Организация и управление онлайн-продажами» направлен на формирование компетенций, предусмотренных федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям). В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ПК 1.2.	На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение.
ПК 1.5.	Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Самостоятельная работа обучающегося (всего)	28
в том числе:	28
работа с конспектом лекций	
изучение новой литературы	
выполнение домашних заданий	
эссе, реферат, доклад	
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет

Тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
Тема 1. Информационно-коммуникационные технологии организации онлайн-продаж	Содержание учебного материала	6	
	1. Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса.	2	1
	2. Технологическая модель электронного предприятия: архитектура, платформа, инструменты, приложения.		
	3. Технология приобретения товаров в интернет-магазине. Интернет-трейдинг.	2	1
Формируемые компетенции:			

ОК 4, ОК 5, ПК 1.5	4. Правовые аспекты организации онлайн-продаж.	2		
	<i>Практические занятия</i>	9		
	<i>Семинар. Доклады с презентациями</i> на семинарском занятии	4		
	Разбор конкретных ситуаций	4		
	Тест	1		
	<i>Самостоятельная работа</i>	8		
	Работа с учебной литературой	2		
	Подготовка эссе	1		
	Подготовка к семинару	2		
	Подготовка к тестированию	1		
	Написание конспекта по теме 1	2		
Тема 2.	<i>Содержание учебного материала</i>	4		
Формирование потребительской аудитории и организация онлайн-продаж Формируемые компетенции: ПК 1.2, ПК 1.5	1. Определение целевой аудитории и поиска ее в Интернет.	2	2	
	2. Платежные системы с использованием кредитных карт: характеристика, схема проведения платежа, преимущества и недостатки, примеры.	2	2	
	<i>Практические занятия</i>	9		
	Разбор конкретных ситуаций	4		
	Семинар. Доклады с презентациями на семинарском занятии	4		
	Тест	1		
	<i>Самостоятельная работа</i>	6		
	Работа с учебной литературой	2		
	Подготовка эссе	1		
	Подготовка к семинару	2		
	Подготовка к тестированию	1		
Тема 3.	<i>Содержание учебного материала</i>	4		
Организация расчетов в онлайн-продажах Формируемые компетенции: ОК 5, ПК 1.5	1. Виды платежных средств, используемые в Интернет.	2		2
	2. Техническое управление онлайн-продажами	2		2
	<i>Практические занятия</i>	10		
	Разбор конкретных ситуаций	4		
	Семинар. Доклады с презентациями на семинарском занятии	3		

	Практикум по решению задач	2	
	Тест	1	
	Самостоятельная работа	8	
	Работа с учебной литературой	2	
	Подготовка к семинару	2	
	Подготовка к тестированию	2	
	Написание конспекта по теме 1	2	
Тема 4. Эффективность управления онлайн-продажами Формируемые компетенции: ОК 5, ПК 1.2, ПК 1,5	Содержание учебного материала	5	
	1. Измерение эффективности онлайн-продаж.	2	3
	2. Методы и показатели оценки эффективности электронного бизнеса.	3	3
	Практические занятия	10	
	Семинар. Доклады с презентациями на семинарском занятии	2	
	Разбор конкретных ситуаций	4	
	Практикум по решению задач	3	
	Тест	1	
	Самостоятельная работа	6	
	Работа с учебной литературой	2	
	Подготовка к семинару	2	
	Подготовка к тестированию	2	
	Всего		85/28

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

III. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы дисциплины требует наличие учебного кабинета организации коммерческой деятельности и логистики.

Оборудование учебного кабинета:

1. Посадочные места по количеству обучающихся.
2. Рабочее место преподавателя.

Технические средства обучения:

1. Компьютеры с выходом в Интернет.
2. Видеопроекторное оборудование.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся

Специализированная мебель (столы, стулья), стол преподавателя, стул преподавателя,

персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Залы:

- Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет
- Актный зал.

Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения:

Лицензионное программное обеспечение:

- Операционная система Microsoft Windows 10 Pro;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Антивирусная программа Dr.Web;
- 7-ZIP – архиватор <https://7-zip.org/ua/ru/>
- Inkscapе – векторный графический редактор <https://inkscape.org/ru/o-programmye/>
- Gimp – растровый графический редактор <http://www.progimp.ru/>
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// <https://visualstudio.microsoft.com/ru/vs/community/>)

Перечень учебных пособий, дополнительной литературы, Интернет-источников

Основная литература:

1. Иванов, Г.Г., Организация торговли (торговой деятельности) : учебник / Г.Г. Иванов. — Москва : КноРус, 2022. — 222 с. — ISBN 978-5-406-09325-2. — URL:<https://www.book.ru/book/942852> (дата обращения: 01.03.2022). — Текст : электронный.
2. Рыжиков, С.Н., Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда + eПриложение : учебник / С.Н. Рыжиков. — Москва : КноРус, 2022. — 322 с. — ISBN 978-5-406-09234-7. — URL:<https://www.book.ru/book/942807> (дата обращения: 01.03.2022). — Текст : электронный.

Периодические издания:

1. Российская газета. Ежедневное государственное издание (официальный публикатор государственных документов).

Электронно-библиотечные системы:

- (ЭБС) <https://www.book.ru/>

Современные профессиональные базы данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru/>
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Информационные справочные системы:

- Министерство просвещения Российской Федерации.
- Банк документов: <https://docs.edu.gov.ru/#activity=106>
- Компьютерная справочная правовая система «Гарант»: <https://www.garant.ru/>

Современные профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

№ п/п	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
-------	--	--------

1.	Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека: законы и нормативные документы регламентирующие товарное обращение и безопасность товаров на территории РФ.	http://www.rosпотребнадзор.ru/
2.	Эффективное управление продажами в Интернете	https://blog.web-axioma.ru/jeffektivnoe-upravlenie-prodazhami-v-internete
3.	Как организовать работу интернет-магазина на старте?	https://beseller.by/blog/kak-organizovat-rabotu-internet-magazina/
4.	Федеральная служба государственной статистики	https://rosstat.gov.ru/
5.	Справочная поисковая система «Консультант Плюс»	http://www.consultant.ru/

IV. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● осуществлять поиск и использовать информацию, необходимую для эффективных онлайн-продаж; ● использовать информационно-коммуникационные технологии при осуществлении онлайн-продаж; ● работать на электронных торговых площадках; ● пользоваться электронными деньгами и электронными платежными системами; ● управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение при осуществлении онлайн-продаж; 	<p><u>Формы контроля обучения</u></p> <p><i>Текущий контроль</i></p> <p>Практические занятия: Устный опрос, решение задач, выполнение заданий деловой игры</p> <p>Самостоятельная работа, написание эссе, подготовка презентации</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u></p> <p>мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся; оценка степени участия в групповых дискуссиях, деловых играх, накопительная оценка</p>
<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● нормативно-правовую базу осуществления онлайн-продаж; ● основы функционирования платежных систем Интернета; ● основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли в сфере онлайн-продаж; ● методы оценки эффективности онлайн-продаж. 	
ОК 4, ОК 5, МК 1.2, МК 1.5	<i>Дифф. зачет</i>

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме дифференцированного зачета.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Шкала и критерии оценки
1.	Дифференцированный зачет ОК 4, ОК 5 ПК 1.2, ПК 1.5.	<p>Дифференцированный зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 5 (отлично) – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. ● 4 (хорошо) – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. ● 3 (удовлетворительно) – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. ● 2 (неудовлетворительно) – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

Задания 1-го типа

1. Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса.

2. Центральные компоненты онлайн-продаж: информация, связь и транзакции.
3. Преимущества использования онлайн-продаж.
4. Интернет-продажи: способы, технологии и инструменты.
5. Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса.
6. Способы, технологии и инструменты Интернет-продажи.
7. Развитие коммуникационной платформы предприятия электронного бизнеса.
8. Модели организации коммуникационной платформы.
9. Определение целевой аудитории и поиск ее в Интернет.
10. Критерии сегментации потребителей сети Интернет: социально-демографические характеристики, психографические характеристики, поведенческие характеристики, географические характеристики.
11. Роль поисковых систем в онлайн-бизнесе.
12. Факторы, (детерминанты), влияющие на поиск товаров.
13. Критерии оценки вариантов перед покупкой.
14. Методы оценки отобранных вариантов товаров.
15. Целевая аудитория и покупательная способность.
16. Выбор площадок для размещения рекламы.
17. Карточные платежные системы для сайтов.
18. Системы электронных кошельков.
19. Факторы, влияющие на развитие интернет-экономики.
20. Интерактивная торговая система.
21. Виды платежных средств, используемые в Интернет.
22. Измерение эффективности онлайн-продаж.
23. Поиск и использование информации, необходимой для эффективного осуществления онлайн-продаж.
24. Методы оценки эффективности электронного бизнеса.
25. Основные показатели оценки экономической эффективности электронной B2C-торговли.

Задания 2-го типа

1. Опишите возможные способы продвижения товаров (услуг) в сети Интернет, которые целесообразно применять для возможной целевой аудитории компании. Приведите примеры.

2. Найдите в сети Интернет и приведите примеры трех электронных ресурсов для моделей онлайн-коммерции. Создайте и заполните таблицу.

Модель B2C, C2C, G2B, C2B, G2G.	Наименование ресурса	Адрес в Интернет

3. Найдите в сети Интернет и приведите примеры трех электронных ресурсов для данной модели онлайн-коммерции. Создайте и заполните таблицу.

Модель C2B, B2C, B2G, G2B, B2B.	Наименование ресурса	Адрес в Интернет

4. Найдите в сети Интернет и приведите примеры трех электронных ресурсов для данной модели онлайн-коммерции. Создайте и заполните таблицу.

Модель B2B, G2C, B2C, C2B, G2B.	Наименование ресурса	Адрес в Интернет

5. Найдите в сети Интернет и приведите примеры трех электронных ресурсов для данной модели онлайн-коммерции. Создайте и заполните таблицу.

Модель G2C, C2B, C2C, B2B, B2G.	Наименование ресурса	Адрес в Интернет

6. Найдите в сети Интернет и приведите примеры трех электронных ресурсов для данной модели онлайн-коммерции. Создайте и заполните таблицу.

Модель C2C, G2B, B2B, G2C, C2B.	Наименование ресурса	Адрес в Интернет

7. Найдите в сети Интернет и приведите примеры трех электронных ресурсов для данной модели онлайн-коммерции. Создайте и заполните таблицу.

Модель B2G, G2C, B2C, C2C, B2B.	Наименование ресурса	Адрес в Интернет

8. Приведите примеры электронных платёжных систем. Проведите сравнение электронного кошелька «Яндекс.Деньги» с электронной платёжной системой <http://www.webmoney.ru> по предложенным характеристикам:

- основные возможности;
- процесс регистрации;
- процесс ввода денег;
- процесс вывода денег;
- взимаемые комиссии;
- сервис и дополнительные услуги.

Результаты работы оформите в виде таблицы.

Характеристика	Платёжная система	
	№1	№2

9. Приведите примеры электронных платёжных систем. Проведите сравнение электронного кошелька «Яндекс.Деньги» с электронной платёжной системой <https://www.cyberplat.ru> по предложенным характеристикам:

- основные возможности;
- процесс регистрации;
- процесс ввода денег;
- процесс вывода денег;
- взимаемые комиссии;
- сервис и дополнительные услуги.

Результаты работы оформите в виде таблицы.

Характеристика	Платёжная система	
	№1	№2

10. Приведите примеры электронных платёжных систем. Проведите сравнение электронного кошелька «Яндекс.Деньги» с электронной платёжной системой <https://www.moneymail.ru> по предложенным характеристикам:

- основные возможности;
- процесс регистрации;
- процесс ввода денег;
- процесс вывода денег;
- взимаемые комиссии;
- сервис и дополнительные услуги.

Результаты работы оформите в виде таблицы.

Характеристика	Платёжная система	
	№1	№2

11. Приведите примеры электронных платёжных систем. Проведите сравнение электронного кошелька «Яндекс.Деньги» с электронной платёжной системой <https://rbkmoney.ru> по предложенным характеристикам:

- основные возможности;
- процесс регистрации;
- процесс ввода денег;
- процесс вывода денег;
- взимаемые комиссии;
- сервис и дополнительные услуги.

Результаты работы оформите в виде таблицы.

Характеристика	Платёжная система	
	№1	№2

12. Приведите примеры мобильных приложений для онлайн-продаж.

13. Составьте портрет целевой аудитории интернет-магазинов на примере товарной группы «Аудио, видео».

14. Составьте портрет целевой аудитории интернет-магазинов на примере товарной группы «Компьютеры и оргтехника».

15. Составьте портрет целевой аудитории интернет-магазинов на примере товарной группы «Программное обеспечение».

16. Составьте портрет целевой аудитории интернет-магазинов на примере товарной группы «Парфюмерия и косметика».

17. Составьте портрет целевой аудитории интернет-магазинов на примере товарной группы «Спортивные товары».

18. Какие мобильные устройства поддерживают опцию NFC? Для чего она используется?

19. Что представляет собой оплата товаров и услуг с помощью считывания QR-кодов?

20. Какие параметры учитывает поисковая система при вычислении релевантности сайта, т.е. степени соответствия сайта введённому запросу?

21. Смоделируйте процесс покупки на примере выбранного товара (услуги). Название товара (услуги) процесс покупки которого будет моделирован, и занесите его название в следующую таблицу.

№ варианта	Товарная группа	Название магазина	Web-адрес магазина	Название товара (услуги)

22. Найдите представленные в глобальной сети удостоверяющие центры по выдаче ЭП. Сравните по заданным показателям, занесите в таблицу.

Критерии оценки	УЦ 1	УЦ 2	УЦ 3
1. Параметры выдаваемых ЭЦП			
2. Территориальное действие ЭЦП			
3. Возможность участия в госзаказе			

23. Выбор электронных способов расчётов, наиболее удобных для различных групп целевой аудитории

Целевая аудитория	Возможные способы расчётов	Почему именно эти способы?

24. Электронная коммерция включает не только операции покупки и продажи, она обеспечивает полный замкнутый цикл (см. рисунок), который включает элементы создания спроса на товары, распространение, услуги на послепродажное обслуживание и автоматизацию взаимодействия между партнерами.



Задание: используя данную схему, рассмотреть элементы полного цикла онлайн-предприятия на конкретных примерах.

25. Сравнить две электронные платёжные системы (в соответствии с выбранным вариантом) по предложенным характеристикам. Результаты работы оформить в виде таблицы. Сделать вывод.

Характеристика	Платёжная система	
	1	2
Основные возможности		
Процесс регистрации		
Процесс ввода денег		
Процесс вывода денег		
Взимаемые комиссии		
Поддерживаемые титульные знаки		
Сервис и дополнительные услуги		

Задания 3-го типа

1. Оцените эффективность работы интернет-магазина (конверсию) при следующих условиях:

Количество заказов: 15

Количество посетителей: 1000. Формула расчета:

$$\text{Конверсия сайта} = \frac{\text{Количество заказов с сайта}}{\text{Количество посетителей}} \times 100\%$$

2. Рассчитать эффективность от проведения рекламной коммуникации с потребителями оптовой фирмы по реализации продовольственных товаров.

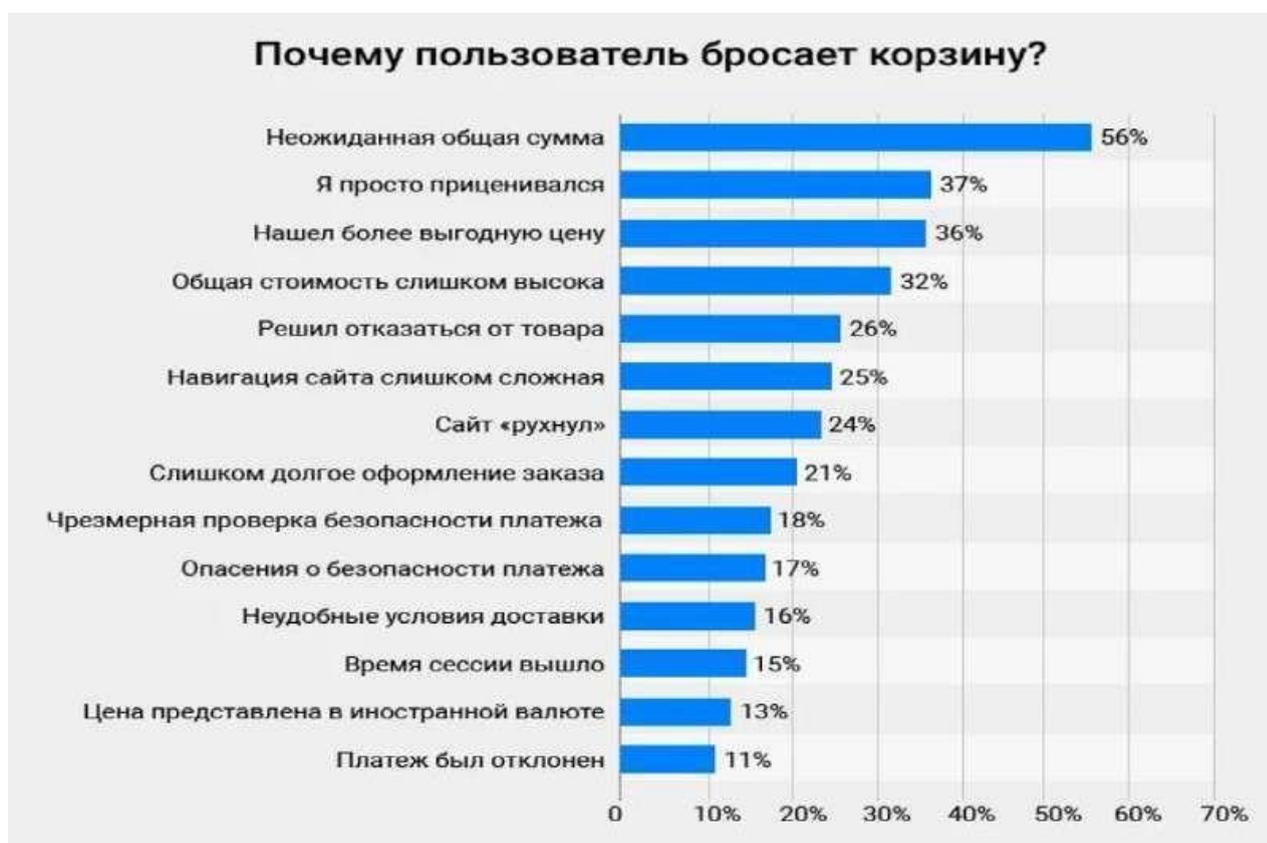
Исходные данные:

Показатели	Единица измерения	Величина показателя
Среднедневной объем выручки до рекламного периода	тыс. руб.	675,3
Относительный процент прироста среднедневной выручки	%	1,7
Количество дней учета объема выручки в рекламный период	дни	140
Прибыль на один рубль реализации продукции	руб.	0,18
Затраты на рекламу	тыс. руб.	86,9

3. Рассчитать цены продажи на сок и нектар марки Н при наценке 15% по следующим данным о товарах в интернет-магазине:

Товар	Наименование	Закупочная цена, руб.
	Нектар вишня 0,75л	43,18
	Сок Апельсиновый 0,75л	42,19
	Сок Брусника 0,75г	70,5
	Сок томатный 0,25л	17,35
	Сок Мультифруктовый 0,75л	40,08

4. Исследование «брошенных» корзин.



Задача. В течение дня 50 посетителей добавили товары в корзины, но довели сделку до конца только 10. Измерьте в процентах количество «брошенных» корзин (несостоявшихся сделок).

5. Средний чек — это простой, но очень важный финансовый показатель. Найти среднюю стоимость заказа (средний чек):

Исходные условия:

Выручка 1000000

Клиентов: 250

6. Оцените эффективность поискового продвижения при условиях:

- Сайт №1. Посещаемость — 1 000 000 посетителей в месяц. Количество заказов на сайте — 5000.

- Сайт №2. Посещаемость — 15 000 посетителей/месяц. Количество заказов — 3000.

7. Магазин посещают в среднем 500 клиентов в день. Средний чек 450 рублей. Требуется рассчитать, каким должен быть средний чек магазина, чтобы ежемесячная выручка (за 30 дней) увеличилась на 20%. Предложить методы увеличения среднего чека.

8. Рассчитать средний чек интернет-магазина, если дневная выручка 252550 р., покупки в магазине осуществило 152 человека за день.