

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.06.02 Интернет маркетинг и электронная коммерция**

Направление подготовки:	38.03.07 Товароведение
Профиль подготовки:	Товароведение медицинских изделий и фармацевтических товаров
Форма обучения:	очная

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-П2 Способность организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств

ПК-П2.1 Умеет анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства

Знать:

ПК-П2.1/Зн1 Знать правила составления и оформления коммерческих предложений

ПК-П2.1/Зн2 Знать порядок выбора поставщиков и методы их формальной и неформальной оценки

Уметь:

ПК-П2.1/Ум1 Уметь осуществлять формальную и неформальную оценку существующих и потенциальных поставщиков

ПК-П2.1/Ум2 Уметь составлять коммерческие предложения для различных целевых сегментов потребителей медицинских изделий и фармацевтических товаров

ПК-П2.1/Ум3 Уметь анализировать коммерческие предложения и устанавливать их соответствие решаемой задаче снабжения

Владеть:

ПК-П2.1/Нв1 Принимать обоснованное решение о выборе поставщика на основании формальной и неформальной оценки и анализа коммерческих предложений

Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) Б1.В.ДВ.06.02 «Интернет маркетинг и электронная коммерция» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 7.

Предшествующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Б1.В.13.02 Основы закупочной деятельности;

Последующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Б1.В.13.01 Внешнеторговая деятельность и таможенная экспертиза;

Б1.В.13.03 Закупки для государственных и муниципальных нужд;

Б1.В.13 Организация закупок медицинских изделий и фармацевтических товаров (модуль);

Б1.В.13.02 Основы закупочной деятельности;

Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;

Б2.В.01(Пд) производственная практика (преддипломная практика, практика по организации и управлению закупочной деятельностью);

Б1.В.ДВ.06.01 Реклама и мерчендайзинг;

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

2. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. Изучение принципов интернет маркетинга и электронной коммерции

Тема 1.1. Интернет маркетинг и электронная коммерция

Общие вопросы электронной коммерции и интернет маркетинга. Классификация видов электронной коммерции, преимущества и недостатки электронной коммерции. Зарубежный и отечественный опыт электронной коммерции. Правовое регулирование электронной коммерции в России. Выбор поставщиков на основе формальных и неформальных оценок. Составление коммерческих предложений. Основные инструменты интернет маркетинга: лэндинг, вэб-аналитика, SEO-оптимизация, социальные сети, контент-маркетинг, контекстная реклама, рассылка, CRM-инструменты.

Объем дисциплины и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консультации в период теоретического обучения (часы)	Контактные часы на аттестацию в период обучения (часы)	Лекции (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа студента (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Седьмой семестр	72	2	40	6	2	16	16	32	Зачет

Всего	72	2	40	6	2	16	16	32	
-------	----	---	----	---	---	----	----	----	--

Разработчик(и)

Кафедра медицинского и фармацевтического товароведения, кандидат фармацевтических наук, доцент Пухакайнен Ю. А.