МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение Высшего образования «Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖНАЮ "Факультет"

декан факультета

С.А.Баркалов

«31» августа 2021 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«Электронный бизнес»

Направление подготовки 38.03.05 БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА

Профиль Информационные системы в бизнесе

Квалификация выпускника бакалавр

Нормативный период обучения 4 года/4 года 11 м

Форма обучения очная/заочная

Год начала подготовки 2019

Автор программы

In fel /Смотрова Т.И./

Заведующий кафедрой экономической

безопасности безопасности *безопасности*

/Свиридова С.В./

Руководитель ОПОП

M. Каролина Т.С./

Воронеж 2021

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цели дисциплины

знакомство с основными достижениями в области телекоммуникаций, сетевых структур, информационных систем, которые дают возможность существенно повысить эффективность бизнеса и создать принципиально новые направления его развития.

1.2. Задачи освоения дисциплины

- формирование и систематизация знаний в области использования методов, средств, технологий для организации и ведения электронного бизнеса;
- получение студентами практических знаний по различным видам современной предпринимательской деятельности с использованием Интернета и мобильных устройств в сфере электронного бизнеса;
- приобретение навыков, необходимых для проектирования и эксплуатации систем и предприятий электронного бизнеса.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Электронный бизнес» относится к дисциплинам вариативной части (дисциплина по выбору) блока Б1.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Электронный бизнес» направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-10 - умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

ПК-15 - умение проектировать архитектуру электронного предприятия

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции					
ПК-10	Знать современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие электронный бизнес, системы платежей и расчетов он-лайн, практику их применения уметь					
	формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет					
	владеть формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями					
ПК-15	знать					

элег		основные неса и Интер	принципы рнет-проекто	организации ов, их отличие
уме	ГЬ			
упр	влять проце	ессами созд	дания и	использования
инф	ормационных	сервисо	ов (конт	ент-сервисов),
поз	щионировать	электрон	ное пред	приятие на
гло	альном рынке	<u> </u>		
вла,	еть			
при	емами эффе	ктивного у	правления	электронным
биз	песом			

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Электронный бизнес» составляет 4 з.е.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий

очная форма обучения

Виды учебной работы		Семестры
		7
Аудиторные занятия (всего)	54	54
В том числе:		
Лекции	18	18
Лабораторные работы (ЛР)	36	36
Самостоятельная работа	90	90
Виды промежуточной аттестации - зачет с оценкой	+	+
Общая трудоемкость:		
академические часы	144	144
зач.ед.	4	4

заочная форма обучения

Виды учебной работы		Семестры
		9
Аудиторные занятия (всего)	12	12
В том числе:		
Лекции	4	4
Лабораторные работы (ЛР)	8	8
Самостоятельная работа	128	128
Часы на контроль	4	4
Виды промежуточной аттестации - зачет с	1	
оценкой	+	+
Общая трудоемкость:		
академические часы	144	144
зач.ед.	4	4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий

очная форма обучения

		очная форма обучения				
№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Лаб. зан.	CPC	Всего, час
1	Понятие электронного бизнеса	Интернет как среда ведения предпринимательской деятельности. Факторы, влияющие на развитие технологий электронного бизнеса. Преимущества использования электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции.	2	2	4	8
2	Планирование и организация электронного бизнеса	Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент». Бизнес-модели и направления электронного бизнеса. Менеджмент-модель. Тенденции развития программной, аппаратной и организационной инфраструктуры электронных предприятий.	2	4	16	22
3	организационные	Классификации бизнес-моделей электронной коммерции. Классификация Раппы: бизнес-модели в интернете. Классификация Эпплгейт. Классификация Уэйла и Витейла. Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам (матрица В2С2G). Классификация бизнес-моделей по степени интеграции в электронный бизнес. Торгово-закупочные В2В системы. Системы управления закупками (е-ргосигетепt). Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM — системы). Системы управления продажами (е-distribution). Системы полного цикла сопровождения потребителей (еСRM-системы). Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (еМагкеtplace), электронные биржи. Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (е-market).	4	8	16	28
4	Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке	Типы корпоративных представительств и рекомендации по их использованию. Корпоративный портал. Сайт-визитка, презентационный сайт. Интернет-витрина. Интернет-магазин. Внешний коммуникативный канал. Типовой вариант сайта Интернет-магазина. Комплексы программных средств для реализации Интернет-проекта. Разработка проекта сайта, основные этапы. Системы управления контентом. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах. Выбор хостингаю		8	16	26
5		Маркетинг и реклама на электронном рынке. Роль маркетинга в построении эффективной бизнес-модели. Методика определения целевой аудитории и поиска ее в Интернет. Критерии сегментации. Взаимосвязь целевой		6	16	26

	аудитории и типа рекламной кампании, используемых рекламных инструментов. Ценовые модели размещения рекламы в Интернет - фиксированная оплата (Flat Fee Advertising), оплата по количеству показов рекламы (СРМ), оплата по количеству переходов (СРС), оплата по количеству посетителей (СРV) и т.д. Выбор площадок для размещения рекламы.				
6 Технологическая модель электронного предприятия	Технологическая модель: архитектура, платформа, инструменты, приложения. Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса. Коммуникационная платформа предприятия электронного бизнеса. Модели организации коммуникационной платформы. Структура информационной платформы электронных предприятий. Модели реализации информационной платформы предприятия электронного бизнеса.	2	4	16	22
7 Экономические вопросы организации электронного бизнеса	Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса. Особенности инвестирования электронных предприятий. Интернет-инкубаторы и венчурные фонды. Структура затрат предприятий электронного бизнеса. Доходная часть предприятий электронного бизнеса. Основные экономические показатели эффективности деятельности	2	4	6	12
	Итого	18	36	90	144

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Лаб. зан.	CPC	Всего, час
1	Понятие электронного бизнеса	Интернет как среда ведения предпринимательской деятельности. Факторы, влияющие на развитие технологий электронного бизнеса. Преимущества использования электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции.		1	7	8
2	Планирование и организация электронного бизнеса	Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент». Бизнес-модели и направления электронного бизнеса. Менеджмент-модель. Тенденции развития программной, аппаратной и организационной инфраструктуры электронных предприятий.		1	21	22
3	организационные	Классификации бизнес-моделей электронной коммерции. Классификация Раппы: бизнес-модели в интернете. Классификация Эпплгейт. Классификация Уэйла и Витейла. Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам (матрица В2С2G). Классификация бизнес-моделей по степени интеграции в электронный бизнес. Торгово-закупочные В2В системы. Системы управления закупками (е-ргосигетепt). Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM — системы). Системы управления продажами (е-distribution). Системы полного цикла сопровождения		1	24	26

	электронного бизнеса	коммуникационной платформы. Структура информационной платформы электронных предприятий. Модели реализации информационной платформы предприятия электронного бизнеса. Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса. Особенности инвестирования электронных предприятий. Интернет-инкубаторы и венчурные фонды. Структура затрат предприятий электронного бизнеса. Доходная часть предприятий электронного бизнеса. Основные экономические показатели эффективности деятельности		1 8	11	12
		информационной платформы электронных предприятий. Модели реализации информационной платформы предприятия электронного бизнеса.				
	Технологическая модель электронного предприятия	Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса. Коммуникационная платформа предприятия электронного бизнеса. Модели организации	1	1	20	22
:		Маркетинг и реклама на электронном рынке. Роль маркетинга в построении эффективной бизнес-модели. Методика определения целевой аудитории и поиска ее в Интернет. Критерии сегментации. Взаимосвязь целевой аудитории и типа рекламной кампании, используемых рекламных инструментов. Ценовые модели размещения рекламы в Интернет - фиксированная оплата (Flat Fee Advertising), оплата по количеству переходов (СРМ), оплата по количеству переходов (СРС), оплата по количеству посетителей (СРV) и т.д. Выбор площадок для размещения рекламы.	1	2	21	24
	Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке	потребителей (еСRМ-системы). Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (еМагкеtplace), электронные биржи. Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (е-market). Типы корпоративных представительств и рекомендации по их использованию. Корпоративный портал. Сайт-визитка, презентационный сайт. Интернет-витрина. Интернет-магазин. Внешний коммуникативный канал. Типовой вариант сайта Интернет-магазина. Комплексы программных средств для реализации Интернет-проекта. Разработка проекта сайта, основные этапы. Системы управления контентом. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах. Выбор хостингаю	1	1	24	26

5.2 Перечень лабораторных работ

- 1. Сравнение конкурентов и планирование собственного бизнеса
- 2. Коммерческий цикл и стратегии выхода в электронной коммерции
- 3. Платёжные системы электронной коммерции
- 4. Правовое регулирование на этапе регистрации электронной

коммерции

- 5. Оценка эффективности интернет-рекламы
- 6. Поисковые системы
- 7. Сравнительная характеристика предприятий сектора В2С
- 8. Применение электронной цифровой подписи в электронной коммерции

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ) И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины не предусматривает выполнение курсового проекта (работы) или контрольной работы.

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины предусматривает выполнение контрольной работы при заочной форме обучения.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

7.1.1 Этап текущего контроля

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по следующей системе:

«аттестован»;

«не аттестован».

Компе- тенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Не аттестован
ПК-10	знать современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие электронный бизнес, системы платежей и расчетов он-лайн, практику их применения		Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	уметь формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет	Защита лабораторной работы	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	владеть формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями	Защита лабораторной работы	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

ПК-15	знать сущность и основные принципы организации электронного бизнеса и Интернет-проектов, их отличие от традиционных		Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	уметь управлять процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов), позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке	Защита лабораторной работы	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	владеть приемами эффективного управления электронным бизнесом	Защита лабораторной работы	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

7.1.2 Этап промежуточного контроля знаний Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в 7 семестре для очной формы обучения, 9 семестре для заочной формы обучения по четырехбалльной системе:

«отлично»;

«хорошо»;

«удовлетворительно»;

«неудовлетворительно».

Компе-	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
ПК-10	знать современное	Тест	Выполнение	Выполнение	Выполнение	В тесте
	законодательство,		теста на 90-	теста на 80-	теста на 70-	менее 70%
	нормативные		100%	90%	80%	правильных
	документы и					ответов
	методические					
	материалы,					
	регулирующие					
	электронный					
	бизнес, системы					
	платежей и					
	расчетов он-лайн,					
	практику их					
	применения					
	уметь формировать	Решение	Задачи	Продемонстр	Продемонстр	Задачи не
	потребительскую	стандартных	решены в	ирован	ирован верный	решены
	аудиторию и	практических	полном	верный ход	ход решения в	
	осуществлять	задач	объеме и	решения	большинстве	
	взаимодействие с		получены	всех, но не	задач	
	потребителями,		верные	получен		
	организовывать		ответы	верный ответ		
	продажи в среде			во всех		
	Интернет			задачах		
	владеть	Решение	Задачи	Продемонстр	Продемонстр	Задачи не
	формирования	прикладных задач	решены в	ирован	ирован верный	решены
	потребительской	в конкретной	полном	верный ход	ход решения в	
	аудитории и	предметной	объеме и	решения	большинстве	
	осуществления	области	получены	всех, но не	задач	
	взаимодействия с		верные	получен		

	потребителями		ответы	верный ответ во всех задачах		
ПК-15	знать сущность и основные принципы организации электронного бизнеса и Интернет-проектов, их отличие от традиционных	Тест	Выполнение теста на 90- 100%	Выполнение теста на 80- 90%	Выполнение теста на 70- 80%	В тесте менее 70% правильных ответов
	уметь управлять процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов), позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке	Решение стандартных практических задач	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстр ирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстр ирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
	владеть приемами эффективного управления электронным бизнесом	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстр ирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	ирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

7.2 Примерный перечень оценочных средств (типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)

7.2.1 Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию

- 1. Роль электронной коммерции в современном мире состоит в том, что:
- а) ее технологии обеспечивают возможность хозяйствующим субъектам быстро и без посредников находить коммерческого партнера с минимальными трансакционными издержками;
- б)она обеспечивает хозяйствующим субъектам с минимальными трансакционными издержками;
 - в) быстро и без посредников находить коммерческого партнера;
- d) она позволяет использовать в бизнесе достижения научно-технического прогресса в области информационно-коммуникационных технологий.
- 2. Место электронной коммерции в современном мире состоит в том, что:
- а) электронная коммерция является одной из ведущих технологий современности, обеспечивающей высокие темпы роста экономики страны;
- б) электронная коммерция является одной из технологий современности, позволяющей использовать в бизнесе достижения научно-технического прогресса в области информационнокоммуникационных технологий;
- в) электронная коммерция является главным направлением развития бизнеса в России.
- 3. В основе электронной коммерции лежат:
 - а) сеть Интернет;
- б)новые технологии совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными;

- в) информационные технологии.
- 4. Принято выделять следующие группы классификации по виду субъектов ЭК:
- а) администрация-администрация, бизнес-администрация, администрация-потребитель;
 - b) бизнес-бизнес, бизнес-потребитель, бизнес-администрация;
 - в) бизнес-бизнес, бизнес-потребитель, потребитель-администрация.
- 5. К какой разновидности классификации по виду субъектов ЭК относятся системы обеспечения госзакупок:
 - а) В2В (бизнес-бизнес);
 - б) В2С (бизнес-потребитель);
 - г) С2С (потребитель-потребитель);
 - д) B2G (бизнес-администрация).
- 6. Для предотвращения воздействия компьютерных вирусов используется
 - а) внедрение электронной цифровой подписи;
 - б) установка антивирусных программ;
 - в) инструктаж пользователей;
 - г) кодирование данных.
- 7. Интернет представляет собой
 - а) внутреннюю организацию компании на базе единой информационной сети;
- б) совокупность соединенных между собой информационных серверов компьютеров, на которых хранится различная информация, и самих пользователей этой информации;
- в) программу, предназначенную для соединения двух сетей, использующих различные протоколы.
- 8. Электронный бизнес это
- а) любые формы деловой сделки, которая проводится с помощью информационных сетей;
 - б) преобразование основных бизнес-процессов при помощи Интернет-технологий;
- в) система управления коммерческой операцией, способная совершать необходимые действия без участия человека.
- 9. К факторам внешней среды системы электронной коммерции относятся:
 - а) государство, конкуренты, контрагенты и партнеры, географическое положение;
 - б) товары, услуги, информация;
 - в) финансовые институты, бизнес-организации.
- 10. К функциям электронной коммерции относится
 - а) представление товара (показ продукции средствами Интернета);
 - б) разработка классификаторов и стандартов электронного обмена данными;
 - в) проведение покупки (быстрые и безопасные расчеты, варианты доставки);
- г) налаживание долгосрочных отношений с клиентом (изучение предпочтений и вкусов).
- 11. Участниками систем электронной коммерции являются
 - а) покупатели или потребители услуг;
 - б) сеть Интернет;
 - в) исследование рынка, выполнение заказов.
- 12. Он-лайновый каталог это
 - а) любые организации, взаимодействующие через Интернет;
- б) это электронный каталог, который дает возможность покупателю использовать мощные поисковые средства Интернета и возможность сравнения товаров;
- в) компания, предоставляющая услуги по организации систем электронной коммерции в виде сдачи в аренду аппаратно-программных комплексов для ведения коммерческой деятельности;
 - г) наиболее широко распространенное средство поиска информации в сети Интернет,

позволяющее находить информацию по ключевым словам и фразам.

- 13. Форма электронной коммерции С2С это взаимодействие
 - а) предприятие предприятие;
 - б) предприятие потребитель;
 - в) потребитель потребитель;
 - г) потребитель предприятие.
- 14. Форма электронной коммерции С2В это взаимодействие
 - а) предприятие предприятие;
 - б) предприятие потребитель;
 - в) потребитель потребитель;
 - г) потребитель предприятие.
- 15. При несимметричном способе шифрования информация зашифровывается
 - а) открытым ключом;
 - б) закрытым ключом;
 - в) может зашифровываться как открытым, так и закрытым ключом.
- 16. Системы криптозащиты предназначены для
 - а) ограничения доступа в сеть компании;
 - б) обеспечения секретности данных;
 - в) гарантии подлинности авторства информации.

7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

- 1. Что такое корпоративные информационные системы?
- 2. Какие виды предпринимательской деятельности и услуг в сфере электронной коммерции вы знаете?
 - 3. Какие стандарты электронных расчётов вы знаете?
 - 4. Что такое SEO?
 - 5. Назовите основные факторы SEO продвижения.
 - 6. Назовите маркетинговые сервисы Яндекс и Google.
 - 7. Что такое контекстная реклама?
 - 8. Что такое SMM продвижения?
 - 9. Охарактеризуйте маркетинг в социальных сетях.
 - 10. Что такое блоггинг?

7.2.3 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

- 1. Провести сравнение конкурентов по следующим направлениям бизнеса:
 - 1) Продажа одежды через интернет магазин.
- 2) Туристическая компания, которая продаёт через Интернет различные виды отдыха в России и за рубежом.
 - 3) Интернет-магазин различных видов игрушек от мягких до электронных.
 - 4) Интернет-аукцион для покупки-продажи товаров физическими лицами.
 - 5) Online журнал, посвящённый красоте и здоровью.
 - 6) Студия web-дизайна, выполняющая проекты любой сложности.
- 7) Торговая площадка, организующая оптовые продажи продуктов питания различными поставщиками различным покупателям
- 8) Компания, занимающаяся продажей сотовых телефонов и аксессуаров к ним через сеть Интернет.
- 9) Электронная торговая площадка для проведения открытых аукционов в электронной форме для государственного заказа.
 - 10) Интернет-магазин одежды, обуви, аксессуаров.
- 2. Провести оценку Интернет магазина:
 - 1) Оцените товарный ассортимент магазина (наличие разделов и подразделов).
- 2) Сколько шагов, потребовалось для поиска необходимого товара (при использовании меню и поисковой системы)?

- 3) Оцените полноту представленного текстового описания выбранного товара (услуги).
 - 4) Отметьте достоинства и недостатки пользовательского интерфейса.
- 5) Отметьте наличие (отсутствие) графического и мультимедийного описания товара (видео, звук) и их влияние на скорость загрузки web-страниц.
- 6) Проводилась (и на каком этапе) или нет регистрация посетителя. Какие сведения потребовались?
- 7) Предлагались ли какие-либо дополнительные услуги при формировании Корзины (в т.ч. для повторных клиентов)?
 - 8) Перечислите предлагаемые электронным магазином системы оплаты.
 - 9) Перечислите предлагаемые электронным магазином системы доставки
- 3. Дайте сравнительную характеристику платежных систем:

RUPay (http://rupay.com)

WebMoney (http://www.webmoney.ru)

E-Gold (http://www.e-gold.com)

Яндекс.Деньги (http:// money.eandex.ru)

RBK Money (https://rbkmoney.ru)

Moneybookers (http://www.moneybookers.com)

PayPal (https://www.paypal.com/us/home)

CyberPlat (http://www.cyberplat.ru)

Единый Кошелек (http://www.w1.ru)

- 4. Найдите представленные в глобальной сети предприятия электронной коммерции сектора B2B. Проанализируйте структуру найденных предприятий.
- 5. Прочитайте описание деятельности компании Опишите возможные способы продвижения товаров (услуг) в сети Интернет, которые целесообразно применять для возможной целевой аудитории компании.
- 6. Определите 2–3 площадки, где возможно разместить рекламу вашей деятельности. Определите ценовую политику данных площадок.
- 7. Определите 1–2 возможных варианта реализации традиционной рекламы для вашего интернет-проекта и их стоимостные характеристики.
- 8. Составьте список базовых затрат, которые могут потребоваться до начала активной рекламы сайта (например разработка рекламных материалов, регистрация в каталогах, оптимизация содержания сайта и др.)
- 9. Составьте медиа-план на 1 месяц, включающий интернет рекламу и традиционные способы рекламы из 4–5 позиций.
- 10. Найдите представленные в глобальной сети удостоверяющие центры по выдаче ЭЦП. Сравните по заданным показателям: параметры выдаваемых ЭЦП, территориальное действие ЭЦП, возможность участия в госзаказе.

7.2.4 Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

- 1. Определения, предмет ЭК. Роль и место ЭК в современном мире.
- 2. Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам (матрица B2C2G).
 - 3. Модели электронного бизнеса. Брокерская модель.
 - 4. Модели электронного бизнеса. Рекламная модель.
 - 5. Модели электронного бизнеса. Модель информационного посредничества.

- 6. Модели электронного бизнеса. Торговая модель.
- 7. Модели электронного бизнеса. Модель производителя.
- 8. Типовая схема систем Business-to-Consumer.
- 9. Расчеты через Интернет. Достоинства и недостатки.
- 10. Подразделения электронного бизнеса несетевых компаний. Корпоративные сайты
 - 11. Модели бизнеса В2В. Функциональная схема В2В. Виды систем В2В.
 - 12. Системы управления закупками (e-procurement).
 - 13. Электронные предприятия, специализирующиеся на оказании финансовых услуг.
 - 14. Характеристики Интернет-аудитории. Формирование целевой аудитории.
- 15. Поиск, сбор и обработка маркетинговой информации в процессе функционирования системы ЭК.
- 16. Продвижение WEB-сайта. Системы сбора и анализа статистических данных посещаемости WEB-сайта.
- 17. Пути оптимизации сайта. Инструменты оптимизации. Системы управления контентом сайта (CMS).
- 18.Виды предпринимательской деятельности и услуг в сфере электронной коммерции.
 - 19. Стандарты электронного обмена данными.
 - 20. Основные функции систем управления ИТ- проектами.
 - 21. Многоканальные продажи.
 - 22. Примеры платформ электронной коммерции.
 - 23. Электронный платеж. Электронная платёжная система.
 - 24. Основные факторы SEO продвижения. SMM продвижение.
 - 25. Маркетинг в социальных сетях. Блоггинг. Вирусный маркетинг.

7.2.5 Примерный перечень заданий для экзамена

Не предусмотрено учебным планом

7.2.6. Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

Зачет с оценкой проводится по тест-билетам, каждый из которых содержит 10 вопросов и задачу (практическое задание). Каждый правильный ответ на вопрос в тесте оценивается 1 баллом, задача (практическое задание) оценивается в 10 баллов (5 баллов верное решение и 5 баллов за верный ответ). Максимальное количество набранных баллов – 20.

- 1. Оценка «Неудовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал менее 6 баллов.
- 2. Оценка «Удовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал от 6 до 10 баллов
- 3. Оценка «Хорошо» ставится в случае, если студент набрал от 11 до 15 баллов.
 - 4. Оценка «Отлично» ставится, если студент набрал от 16 до 20 баллов.

7.2.7 Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Понятие электронного бизнеса	ПК-10, ПК-15	Тест, защита лабораторных работ
2	Планирование и организация электронного бизнеса	ПК-10, ПК-15	Тест, защита лабораторных работ

3	Бизнес-модели и организационные	ПК-10, ПК-15	Тест, защита
	модели электронных предприятий		лабораторных работ
4	Позиционирование электронного	ПК-10, ПК-15	Тест, защита
	предприятия на глобальном рынке		лабораторных работ
5	Формирование потребительской	ПК-10, ПК-15	Тест, защита
	аудитории и организация продаж в		лабораторных работ
	среде Интернет		
6	Технологическая модель	ПК-10, ПК-15	Тест, защита
	электронного предприятия		лабораторных работ
7	Экономические вопросы	ПК-10, ПК-15	Тест, защита
	организации электронного бизнеса		лабораторных работ

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тестирование осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных тест-заданий на бумажном носителе. Время тестирования 30 мин. Затем осуществляется проверка теста экзаменатором и выставляется оценка согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение стандартных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение прикладных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

8 УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

- 1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Акулич М.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 352 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/85658.html.— ЭБС «IPRbooks»
- 2. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. 2-е изд., доп. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 433 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-09064-2. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/442318
- 3. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. 2-е изд., доп. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 433 с. (Высшее образование). ISBN

- 978-5-534-08835-9. Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/433462
- 4. Синяева И.М. Маркетинг в коммерции [Электронный ресурс]: учебник/ Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 548 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/14069.html.— ЭБС «IPRbooks»
- 5. Кудряшов А.А. Электронный бизнес [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кудряшов А.А.— Электрон. текстовые данные.— Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2017.— 175 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/75426.html.— ЭБС «IPRbooks»
- 6. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. 2-е изд. Москва : Дашков и К, 2021. 150 с. ISBN 978-5-394-04172-3. Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. URL: https://www.iprbookshop.ru/107838.html . Режим доступа: для авторизир. Пользователей
- 7. Казакевич, А. Е-соттес: как завоевать клиента и не потерять деньги / А. Казакевич; под редакцией А. Черниковой. Москва: Альпина Паблишер, 2019. 136 с. ISBN 978-5-9614-1973-3. Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. URL: https://www.iprbookshop.ru/93099.html. Режим доступа: для авторизир. Пользователей
- 8. Курчеева, Г. И. Информационное и программное обеспечение электронного бизнеса: учебное пособие / Г. И. Курчеева, М. А. Бакаев, В. А. Хворостов. Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2018. 107 с. ISBN 978-5-7782-3500-7. Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. URL: https://www.iprbookshop.ru/91210.html. Режим доступа: для авторизир. Пользователей
- 8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Лицензионное ПО

LibreOffice

Ресурс информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

http://www.edu.ru/

Образовательный портал ВГТУ

Информационная справочная система

http://window.edu.ru

https://wiki.cchgeu.ru/

Современные профессиональные базы данных

- 1. Административно-управленческий портал: http://www.aup.ru/
- 2. Федеральная ЭБС «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».
- URL: http://window.edu.ru. Доступ свободный.
- 3. Куб электронная библиотека http://www.koob.ru/
- 4. Описание ЭСУД Documentum (www.documentum.ru)
- 5. Описание ЭСУД «Дело» и демоверсия программы (http://www.eos.ru/eos_products/eos_delo/).
- 6. Описание ЭСУД «Евфрат-документооборот» (http://www.evfrat.ru/about/e-docs/).
- 7. ОписаниеЭСУД Optima Workflow (http://optima-workflow.ru/).
- 8. Описание ЭСУД «БОСС-Референт» (http://www.boss-referent.ru)
- 9. Электронно-библиотечная система: http://www.iprbookshop.ru/
- 10. Электронно-библиотечная система: https://e.lanbook.com/ Электронно-библиотечная система: https://www.biblio-online.ru/

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Лекционная аудитория и аудитории для практических занятий, оснащённые мультимедийным демонстрационным оборудованием (проектор, экран, звуковоспроизводящее оборудование), обеспечивающим демонстрацию мультимедиаматериалов.

Аудитории для лабораторных занятий, оснащенные компьютерами с лицензионным программным обеспечением с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно образовательную среду университета.

Аудитории для самостоятельной работы, оборудованные техническими средствами обучения: персональными компьютерами с лицензионным программным обеспечением с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

По дисциплине «Электронный бизнес» читаются лекции, проводятся лабораторные работы.

Основой изучения дисциплины являются лекции, на которых излагаются наиболее существенные и трудные вопросы, а также вопросы, не

нашедшие отражения в учебной литературе.

Лабораторные работы выполняются на лабораторном оборудовании в соответствии с методиками, приведенными в указаниях к выполнению работ.

Вид учебных	етодиками, приведенными в указаниях к выполнению расот.		
занятий	Деятельность студента		
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на лекции или на практическом занятии.		
Лабораторная работа	Лабораторные работы позволяют научиться применять теоретические знания, полученные на лекции при решении конкретных задач. Чтобы наиболее рационально и полно использовать все возможности лабораторных для подготовки к ним необходимо: следует разобрать лекцию по соответствующей теме, ознакомится с соответствующим разделом учебника, проработать дополнительную литературу и источники, решить задачи и выполнить другие письменные задания.		
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоения учебного материала и развитию навыков самообразования. Самостоятельная работа предполагает следующие составляющие: - работа с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной литературой, а также проработка конспектов лекций; - выполнение домашних заданий и расчетов; - работа над темами для самостоятельного изучения; - участие в работе студенческих научных конференций, олимпиад; - подготовка к промежуточной аттестации.		
Подготовка в промежуточной аттестации	Готовиться к промежуточной аттестации следует систематически, в течение всего семестра. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц-полтора до промежуточной аттестации. Данные перед зачетом с оценкой, зачетом с оценкой три дня эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.		

6 Лист регистрации изменений

№ п/п	Перечень вносимых изменений	Дата внесения изменений	Подпись заведующего кафедрой, ответственной за реализацию ОПОП
1	Внесены изменения в рабочие программы дисциплин в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2020	B
2	Внесены изменения в рабочие программы дисциплин в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2021	B
3	Актуализирован перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины	31.08.2021	B