

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ системного анализа и управления  
*наименование кафедры, отвечающей за реализацию дисциплины*  
\_\_\_\_\_ **Задорожний В.Г.**  
*подпись, расшифровка подписи*  
\_\_\_\_\_.\_\_\_\_.2022г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

***Б1.Б.22 Электронный бизнес***

**1. Шифр и наименование направления подготовки / специальности:**

38.03.05 Бизнес-информатика

**2. Профиль подготовки / специализация/магистерская программа:**

Архитектура предприятий

**3. Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**4. Форма обучения:** очная

**5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:**

Системного анализа и управления

**6. Составители программы:** Булгакова Ирина Николаевна, д.э.н., доцент

**7. Рекомендована:** Научно-методическим советом факультета прикладной математики, информатики и механики (протокол № 8 от 15.04.2022)

**8. Учебный год:** 2022-2023

**Семестр(ы):** 6

## 9. Цели и задачи учебной дисциплины:

### Цель:

Цель курса – получение студентами теоретических знаний и практических навыков по использованию средств электронного бизнеса, ознакомление с основными технологиями электронной коммерции и методами работы с ними.

### Задачи:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен:

#### знать:

- рынки программно-информационных продуктов и услуг;
- практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг;
- виды контента информационных ресурсов предприятия и Интернет-ресурсов, процессы управления жизненным циклом цифрового контента, процессы создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов);
- современные методы ведения предпринимательской деятельности в Интернет, тенденции развития программной, аппаратной и организационной инфраструктуры электронных предприятий, экономику и менеджмент электронного предприятия;

#### уметь:

- организовывать продвижение на рынок инновационных программно-информационных продуктов и услуг;
- выбирать рациональные ИС и ИКТ для управления бизнесом;
- управлять процессами жизненного цикла контента предприятия и Интернет-ресурсов, управлять процессами создания и использовании информационных сервисов (контент-сервисов);
- позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке;
- формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет;

#### владеть:

- методами управления процессами жизненного цикла контента предприятия и Интернет-ресурсов, методами управления процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов);
- методами проектирования, разработки и реализации технического решения в области создания систем управления контентом Интернет-ресурсов и систем управления контентом предприятия;
- методами позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке; формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями;
- методами организации продаж в среде Интернет.

## 10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Электронный бизнес» относится к базовой части блока Б1.

Освоение дисциплины базируется на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплин «Вычислительные системы, сети, телекоммуникации», «Информационные технологии в бизнесе».

Дисциплина «Электронный бизнес» является предшествующей для следующих дисциплин: «Интернет-предпринимательство», «Управление ИТ сервисами и контентом», «Информационные системы управления производственной компанией», «Информационные технологии управления»

## 11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников)

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	

ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	<p><i>знать</i>: понятийный аппарат и важнейшие термины современной экономической теории; методологические подходы к выбору теоретического инструментария, соответствующего решаемой задаче;</p> <p><i>уметь</i>: применять общепринятые правила культурного общения, основные формы и средства обобщения, анализа и восприятия экономической информации в целях правильного определения целей своей профессиональной деятельности и путей их осуществления;</p> <p><i>владеть (иметь навык(и))</i>: навыками работы с экономической информацией (ее восприятия, обобщения, анализа).</p>
ОПК-1	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	<p><i>знать</i>: основные формы и средства обобщения, анализа и восприятия экономической информации в целях правильного определения целей своей профессиональной деятельности и путей их осуществления;</p> <p><i>уметь</i>: осуществлять поиск и анализ информации Интернет для информационного обеспечения и оценки деятельности электронного предприятия;</p> <p><i>владеть (иметь навык(и))</i>: способностью распознавать различные виды технологий и уровень их безопасности при ведении расчетов между покупателями и продавцами в сети Интернет</p>
ПК-2	проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий	<p><i>знать</i>: теоретические и практические основы организации и функционирования электронного бизнеса, специфику инфраструктура предприятия сферы ИТ;</p> <p><i>уметь</i>: проводить анализ и оценку эффективности электронного бизнеса, находить, выбирать и внедрять в деятельность электронного предприятия инновационные технологии и продукты;</p> <p><i>владеть (иметь навык(и))</i>: способностью осуществлять поиск информации в глобальной сети Интернет</p>
ПК-3	выбор рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решений для управления бизнесом	<p><i>знать</i>: основные термины и понятия информационных технологий и систем, использование методов построения электронного бизнеса, его инструментарии при работе на различных сегментах рынка;</p> <p><i>уметь</i>: проектировать интернет-приложения для электронного бизнеса с использованием существующих средств автоматизации разработки; выбирать и рационально применять для решения практических задач конкретные информационные системы и технологии;</p> <p><i>владеть (иметь навык(и))</i>: способностью применять полученные знания для решения типовых задач выбора и применения технологий ведения электронного бизнеса</p>
ПК-5	проведение обследования деятельности и ИТ-инфраструктуры предпри-	<p><i>знать</i>: сущность, классификацию и особенности управления инновациями в сфере ИКТ;</p>

	ятий	<p><i>уметь</i>: проводить анализ и оценку эффективности электронного бизнеса, применять современные информационные технологии и инновационные подходы при разработке систем, объектов, процессов и технологий электронного бизнеса;</p> <p><i>владеть (иметь навык(и))</i>: современными методами оценки эффективности электронного бизнеса; навыками организации и управления бизнес-структур в среде интернет</p>
ПК-9	организация взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления информационной безопасностью ИТ-инфраструктуры предприятия	<p><i>знать</i>: особенности решения вопросов, связанных с построением эффективной инфраструктуры предприятий электронной коммерции;</p> <p><i>уметь</i>: использовать методики оценки эффективности функционирования предприятий электронного бизнеса;</p> <p><i>владеть (иметь навык(и))</i>: способами обмена информацией используя средства коммуникации и связи</p>
ПК-10	умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет	<p><i>знать</i>: тенденции и перспективы развития электронного бизнеса в России и за рубежом; основные способы и режимы обработки информации; классификации основных направлений электронного бизнеса;</p> <p><i>уметь</i>: позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию;</p> <p><i>владеть (иметь навык(и))</i>: современными технологиями организации продаж в среде Интернет</p>

## 12. Структура и содержание учебной дисциплины

Объем дисциплины в зачетных единицах/часах в соответствии с учебным планом — 3/108.

Форма промежуточной аттестации *зачет*

## 13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость (часы)	
	Всего	По семестрам
		6 семестр
Аудиторные занятия	48	48
в том числе:		
лекции	16	16
практические	16	16
лабораторные	16	16
Самостоятельная работа	60	60
Форма промежуточной аттестации (зачет – 0 час. / экзамен – ___ час.)	0	
Итого:	108	108

### 13.1 Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК
<b>1. Лекции</b>			
1.1	Роль и место электронного бизнеса в современном мире	Электронный бизнес и электронная коммерция в современном обществе. История возникновения и этапы развития электронного бизнеса. Взгляд международных организаций на основные требования и рекомендации по процедурам и правилам электронного бизнеса. Динамика мирового рынка электронного бизнеса. Воздействие развития электронного бизнеса на экономику.	Электронный бизнес
1.2	Особенности внедрения электронного бизнеса в России	Факторы, влияющие на развитие электронного бизнеса в России. Развитие телекоммуникационных систем как непереносимое условие успешного внедрения систем электронного бизнеса. Федеральные и региональные программы, связанные с электронным бизнесом, обзор крупных проектов. Стратегии развития систем электронного бизнеса.	Электронный бизнес
1.3	Инструментарий электронного бизнеса	Классификаторы информации. Характеристика классификаторов «Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности стран Содружества Независимых Государств».	Электронный бизнес
1.4	Стандарты в электронном бизнесе	Стандарты, регламентирующие работу с данными, используемыми для формирования электронных сообщений. Система электронного обмена данными в управлении, торговле и транспорте (EDIFACT-electronic data interchange for administration, commerce and transport). Штриховое кодирование.	Электронный бизнес
1.5	Автоматизированные системы электронного бизнеса	Классификация систем, пользователей и объектов электронного бизнеса. Структурные и функциональные схемы бизнес-моделей систем электронного бизнеса. Платежные системы Интернета. Российские платежные системы. Системы электронного документооборота. Анализ сайтов электронного бизнеса.	Электронный бизнес
1.6	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	Маркетинг и реклама на электронном рынке. Роль маркетинга в построении эффективной бизнес-модели. Методика определения целевой аудитории и поиска ее в Интернет. Критерии сегментации целевой аудитории. Взаимосвязь целевой аудитории и типа рекламной кампании, используемых рекламных инструментов. Ценовые модели размещения рекламы в Интернет - фиксированная оплата (Flat Fee Advertising), оплата по количеству показов рекламы (CPM), оплата по количеству переходов (CPC), оплата по количеству посетителей (CPV) и т.д. Медийная реклама. Медиапланирование и создание рекламной кампании. Выбор площадок для размещения рекламы.	Электронный бизнес
1.7	Безопасность электронного биз-	Термины и определения. Виды и источники угроз. Способы оценки эффективности системы безопас-	Электронный бизнес

	неса	ности в электронном бизнесе. Электронная подпись. Вопросы правового регулирования безопасности электронного бизнеса.	
1.8	Электронное правительство	Понятие электронного правительства. Нормативно-правовая база электронного правительства. Идентификационные инструменты в приложениях электронного правительства. Методики оценки готовности к электронному правительству и эффективности электронного правительства. Электронное правительство и информационное общество. Информационно-коммуникационные технологии в государственном управлении. Обеспечение открытости информации о деятельности органов публичной власти. Порталы государственных услуг. E-Democracy и информационное общество.	Электронный бизнес
1.9	Эффективность электронного бизнеса	Основные понятия эффективности электронного бизнеса. Методы оценки эффективности систем электронного бизнеса. Особенности оценки эффективности систем электронного документооборота. Оценка эффективности электронной коммерции с помощью индекса ePerformance. Оценка качества и эффективности коммерческих сайтов.	Электронный бизнес
1.10	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	Правовые аспекты организации предприятий электронного бизнеса. Российское законодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнес-организаций. Разрешение споров в электронном бизнесе.	Электронный бизнес
<b>2. Практические занятия</b>			
2.1	Роль и место электронного бизнеса в современном мире	Воздействие развития электронного бизнеса на экономику.	Электронный бизнес
2.2	Особенности внедрения электронного бизнеса в России	Стратегии развития систем электронного бизнеса..	Электронный бизнес
2.3	Инструментарий электронного бизнеса	Классификаторы информации.	Электронный бизнес
2.4	Стандарты в электронном бизнесе	Стандарты, регламентирующие работу с данными, используемыми для формирования электронных сообщений..	Электронный бизнес
2.5	Автоматизированные системы электронного бизнеса	Анализ сайтов электронного бизнеса. Системы электронного документооборота.	Электронный бизнес
2.6	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	Сегментация целевой аудитории. Ценовые модели размещения рекламы в Интернет Медиапланирование и создание рекламной кампании. Выбор площадок для размещения рекламы.	Электронный бизнес
2.7	Безопасность электронного бизнеса	Способы оценки эффективности системы безопасности в электронном бизнесе.	Электронный бизнес
2.8	Электронное правительство	Идентификационные инструменты в приложениях электронного правительства.	Электронный бизнес
2.9	Эффективность	Методы оценки эффективности систем электронно-	Электрон-

	электронного бизнеса	го бизнеса. .	ный бизнес
2.10	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	Правовые аспекты организации предприятий электронного бизнеса.	Электронный бизнес
<b>3. Лабораторные занятия</b>			
3.1	Автоматизированные системы электронного бизнеса	Классификация систем, пользователей и объектов электронной коммерции. Анализ сайтов электронной коммерции.	Электронный бизнес
3.2	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	Методика определения целевой аудитории и поиска ее в Интернет. Взаимосвязь целевой аудитории и типа рекламной кампании, используемых рекламных инструментов. Ценовые модели размещения рекламы в Интернет - фиксированная оплата (Flat Fee Advertising), оплата по количеству показов рекламы (CPM), оплата по количеству переходов (CPC), оплата по количеству посетителей (CPV) и т.д. Медийная реклама. Медиапланирование и создание рекламной кампании. Выбор площадок для размещения рекламы.	Электронный бизнес
3.3	Безопасность электронного бизнеса	Термины и определения. Виды и источники угроз. Способы оценки эффективности системы безопасности в электронном бизнесе. Электронная подпись. Вопросы правового регулирования безопасности электронного бизнеса.	Электронный бизнес
3.4	Электронное правительство	Нормативно-правовая база электронного правительства. Идентификационные инструменты в приложениях электронного правительства. Обеспечение открытости информации о деятельности органов публичной власти. Порталы государственных услуг.	Электронный бизнес
3.5	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	Правовые аспекты организации предприятий электронного бизнеса. Российское законодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнес-организаций. Разрешение споров в электронном бизнесе.	Электронный бизнес

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Роль и место электронного бизнеса в современном мире	1	1			2
2	Особенности внедрения электронного бизнеса в России	1	1		5	7
3	Инструментарий электронного бизнеса	1	1		8	10
4	Стандарты в электронном бизнесе	2	2		5	9
5	Автоматизированные системы электронного бизнеса	2	2	4	5	13

6	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	2	2	4	8	16
7	Безопасность электронного бизнеса	2	2	3	8	15
8	Электронное правительство	2	2	2	8	14
9	Эффективность электронного бизнеса	2	2		5	9
10	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	1	1	3	8	13
	Итого:	16	16	16	60	108

#### 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

- выполнение лабораторных работ;
- изучение основной и дополнительной литературы по курсу;
- работа с электронными учебными ресурсами;
- изучение материалов периодической печати;
- изучение принципов организации розничной торговли в Интернете;
- проведение маркетинговых исследований с использованием средств Интернет;
- самостоятельный поиск информации в Интернете;
- участие в подготовке студенческой научно-практической конференции;
- индивидуальные и групповые консультации по наиболее сложным вопросам;
- посещение контактных занятий.

При использовании дистанционных образовательных технологий и электронного обучения выполнять все указания преподавателей по работе на LMS-платформе, своевременно подключаться к online-занятиям, соблюдать рекомендации по организации самостоятельной работы.

#### 15. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Кетько, Н. В. Электронный бизнес : учебное пособие / Н. В. Кетько, А. В. Копылов, Н. Н. Скитер. — Волгоград : ВолгГТУ, 2020. — 80 с. — ISBN 978-5-9948-3612-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/157201">https://e.lanbook.com/book/157201</a> (дата обращения: 18.06.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2.	Рындина, С. В. Электронный бизнес: создание, развитие и продвижение цифровых продуктов : учебное пособие / С. В. Рындина. — Пенза : ПГУ, 2019. — 88 с. — ISBN 978-5-907185-85-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/162239">https://e.lanbook.com/book/162239</a> (дата обращения: 18.06.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3.	Платежные системы и организация расчетов в коммерческом банке: практикум /; сост. Е. А. Серебрякова; Министерство образования и науки РФ; Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «СевероКавказский федеральный университет». — Ставрополь: СКФУ, 2017. — 122 с. : ил. — Библиогр.: с. 95-97. — <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> .— <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=483754">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=483754</a> >
4.	Сенаторов, А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях [Электронный ресурс] / Сенаторов А. - М. : Альпина Паблишер, 2016. — Москва: Альпина Паблишер, 2016. — 153 с. — Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях [Электронный ресурс] / Сенаторов А. - М. : Альпина Паблишер, 2016. — ISBN 5-9614-5526-7 .— <URL: <a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961455267.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961455267.html</a> >
5.	Черемисин, В. Е. Электронное правительство / В.Е. Черемисин. — Москва : Лаборатория книги, 2012. — 92 с. — <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> .— ISBN 978-5-504-00893-6 .— <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=143084">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=143084</a> >



## б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
6.	Гумерова, Г. И. Электронное правительство : учебник для вузов / Г. И. Гумерова, Э. Ш. Шаймиева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13602-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="http://biblio-online.ru/bcode/466078">http://biblio-online.ru/bcode/466078</a>
7.	Волокитин А.В. Электронная коммерция. Учебное пособие для служащих государственных организаций и коммерческих фирм (под общей ред. Реймана Л.Д.) / А.В. Волокитин, А.П. Манюшкин, А.В. Солдатенков, С.Л. Савченко, Ю.А. Петров, С.В. Лопаткин – М.: НТЦ «ФИОРД-ИНФО», 2002. – 272 с.
8.	Голдовский И. Безопасность платежей в Интернете / И. Голдовский – СПб.: Питер, 2001. – 240 с.
9.	Илайес Э. Электронная коммерция. Практическое руководство / Э. Илайес – Перевод с англ. Илайес Э. – СПб.: «ДиаСофт ЮП», 2002. – 608 с.
10.	Козье Д. Электронная коммерция / Д. Козье – М.: Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999. – 288 с.
11.	Мэт Хэйг Основы электронного бизнеса / Хэйг Мэт – Перевод с англ. С. Косихина – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 208 с.
12.	Пярин В.А. Безопасность электронного бизнеса / В. А. Пярин, А. С. Кузьмин, С. Н. Смирнов, пПод ред. действительного члена РАЕН д.т.н., проф. Минаева В.А. – М.: Гелиос АРВ, 2002. – 432 с.
13.	Саммер А. E-COMMERCE. Электронная коммерция. Маркетинг: Пятая волна / А. Саммер, Гр. Дункан - М., 1999.

## в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
14.	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – ( <a href="http://www.ru/lib.vsu/ru">http://www.ru/lib.vsu/ru</a> )
15.	<a href="http://www.e-commerce.ru">www.e-commerce.ru</a> (информационно-консалтинговый центр по электронному бизнесу)
16.	<a href="http://art.thelib.ru/business/safety">http://art.thelib.ru/business/safety</a> (безопасность бизнеса)
17.	<a href="http://www.govvrn.ru/wps/portal/AVO">http://www.govvrn.ru/wps/portal/AVO</a> (официальный портал правительства Воронежской области)
18.	<a href="http://www.gosuslugi.ru/">http://www.gosuslugi.ru/</a> (портал государственных услуг (электронное правительство))
19.	Электронный бизнес / И.Н.Булгакова. — Образовательный портал «Электронный университет ВГУ». — Режим доступа: <a href="https://edu.moodle.ru">https://edu.moodle.ru</a>

**16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)**

№ п/п	Источник
1	Калужский М.Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход [электронный ресурс]: монография / Калужский М.Л. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - Электронные текстовые данные. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 402 с. - Режим доступа : <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=274084">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=274084</a>
2	Малышев С.Л. Основы интернет-экономики [электронный ресурс]: учебное пособие / Малышев С.Л. - Электронные текстовые данные. - М.: Евразийский открытый институт, 2011. - 120 с. - Режим доступа : <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=90789">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=90789</a>
3	Пивоваров Н.В. Электронная коммерция «ALL2el.COM» [электронный ресурс] / Пивоваров Н.В. - Электронные текстовые данные. - М.: Лаборатория книги, 2012. - 102 с. - Режим доступа : <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=143081">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=143081</a>
4	Электронный бизнес / И.Н.Булгакова. — Образовательный портал «Электронный университет ВГУ». — Режим доступа: <a href="https://edu.moodle.ru">https://edu.moodle.ru</a>

**17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)**

Компьютерный класс с установленным программным обеспечением и доступом в сеть Интернет.

Дисциплина реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Для организации занятий рекомендован онлайн-курс «Электронный бизнес» Электронный бизнес, размещенный на платформе Электронного университета ВГУ (LMS moodle), а также Интернет-ресурсы, приведенные в п.15в.

### 18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория для проведения лекций и практических занятий (394018, г. Воронеж, площадь Университетская, д. 1, пом. 10, 11, 12, 15, 20, 124, 214, 216, 226, 329, 433, 435, 407п): специализированная мебель, персональные компьютеры для индивидуальной работы с возможностью подключения к сети «Интернет», мультимедийное оборудование (проектор, экран, средства звуковоспроизведения).

Windows 10 (лицензионное ПО); LibreOffice (свободное и/или бесплатное ПО); Adobe Reader (свободное и/или бесплатное ПО); Mozilla Firefox (свободное и/или бесплатное ПО)

### 19. Фонд оценочных средств:

#### 19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	ФОС (средства оценивания)
ОК-3	<i>знать:</i> понятийный аппарат и важнейшие термины современной экономической теории; методологические подходы к выбору теоретического инструментария, соответствующего решаемой задаче;	1.1 Роль и место электронного бизнеса в современном мире 1.2 Особенности внедрения электронного бизнеса в России 1.4 Стандарты в электронном бизнесе 1.9 Электронное правительство	Практическое задание Собеседование
	<i>уметь:</i> применять общепринятые правила культурного общения, основные формы и средства обобщения, анализа и восприятия экономической информации в целях правильного определения целей своей профессиональной деятельности и путей их осуществления	1.1 Роль и место электронного бизнеса в современном мире 1.2 Особенности внедрения электронного бизнеса в России 1.4 Стандарты в электронном бизнесе	
	<i>владеть (иметь навык(и)):</i> навыками работы с экономической информацией (ее восприятия, обобщения, анализа).	1.1 Роль и место электронного бизнеса в современном мире 1.2 Особенности	

		внедрения электронного бизнеса в России 1.4 Стандарты в электронном бизнесе	
ОПК-1	<i>знать</i> : основные формы и средства обобщения, анализа и восприятия экономической информации в целях правильного определения целей своей профессиональной деятельности и путей их осуществления	1.1 Роль и место электронного бизнеса в современном мире 1.3 Инструментарий электронного бизнеса 1.4 Стандарты в электронном бизнесе	Практическое задание Курсовая работа Собеседование
	<i>уметь</i> : осуществлять поиск и анализ информации Интернет для информационного обеспечения и оценки деятельности электронного предприятия	1.1 Роль и место электронного бизнеса в современном мире 1.3 Инструментарий электронного бизнеса 1.9 Эффективность электронного бизнеса	
	<i>владеть (иметь навык(и))</i> : способностью распознавать различные виды технологий и уровень их безопасности при ведении расчетов между покупателями и продавцами в сети Интернет	1.7 Безопасность электронного бизнеса 1.9 Эффективность электронного бизнеса 1.10 Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	
ПК-2	<i>знать</i> : теоретические и практические основы организации и функционирования электронного бизнеса, специфику инфраструктура предприятия сферы ИТ	1.4 Стандарты в электронном бизнесе 1.5 Автоматизированные системы электронного бизнеса 1.9 Электронное правительство	Практическое задание Курсовая работа Собеседование
	<i>уметь</i> : проводить анализ и оценку эффективности электронного бизнеса, находить, выбирать и внедрять в деятельность электронного предприятия инновационные технологии и продукты	1.5 Автоматизированные системы электронного бизнеса 1.9 Эффективность электронного бизнеса	
	<i>владеть (иметь навык(и))</i> : способностью осуществлять поиск информации в глобальной сети Интернет	1.3 Инструментарий электронного бизнеса 1.4 Стандарты в электронном бизнесе	
ПК-3	<i>знать</i> : основные термины и понятия информационных технологий и	1.3 Инструментарий электронного бизне-	Практическое задание

	систем, использование методов построения электронного бизнеса, его инструментарии при работе на различных сегментах рынка	са 1.4 Стандарты в электронном бизнесе	Курсовая работа Собеседование
	<i>уметь</i> : проектировать интернет-приложения для электронного бизнеса с использованием существующих средств автоматизации разработки; выбирать и рационально применять для решения практических задач конкретные информационные системы и технологии	1.5 Автоматизированные системы электронного бизнеса	
	<i>владеть (иметь навык(и))</i> : способностью применять полученные знания для решения типовых задач выбора и применения технологий ведения электронного бизнеса	1.5 Автоматизированные системы электронного бизнеса	
ПК-5	<i>знать</i> : сущность, классификацию и особенности управления инновациями в сфере ИКТ	1.3 Инструментарий электронного бизнеса	Практическое задание Курсовая работа Собеседование
	<i>уметь</i> : проводить анализ и оценку эффективности электронного бизнеса, применять современные информационные технологии и инновационные подходы при разработке систем, объектов, процессов и технологий электронного бизнеса	1.5 Автоматизированные системы электронного бизнеса 1.9 Эффективность электронного бизнеса	
	<i>владеть (иметь навык(и))</i> : современными методами оценки эффективности электронного бизнеса; навыками организации и управления бизнес-структур в среде интернет	1.9 Эффективность электронного бизнеса	
ПК-9	<i>знать</i> : особенности решения вопросов, связанных с построением эффективной инфраструктуры предприятий электронной коммерции	1.5 Автоматизированные системы электронного бизнеса 1.7 Безопасность электронного бизнеса 1.9 Эффективность электронного бизнеса	Практическое задание Курсовая работа Собеседование
	<i>уметь</i> : использовать методики оценки эффективности функционирования предприятий электронного бизнеса	1.7 Безопасность электронного бизнеса 1.9 Эффективность электронного бизнеса	
	<i>владеть (иметь навык(и))</i> : способами обмена информацией используя средства коммуникации и связи	1.4 Стандарты в электронном бизнесе	
ПК-10	<i>знать</i> : тенденции и перспективы развития электронного бизнеса в России и за рубежом; основные способы и режимы обработки информации; классификации основ-	1.1 Роль и место электронного бизнеса в современном мире 1.2 Особенности	Практическое задание Курсовая работа Собеседование

	ных направлений электронного бизнеса;	внедрения электронного бизнеса в России	
	<i>уметь</i> : позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию	1.6 Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	
	<i>владеть (иметь навык(и))</i> : современными технологиями организации продаж в среде Интернет	1.6 Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	
Промежуточная аттестация			КИМ

## 19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения на зачете используются следующие показатели

1. представление о сущности и организационные принципы электронного бизнеса;
2. представление о методах организации и функционировании секторов электронного бизнеса;
3. знания методов оценки эффективности электронного бизнеса; организации и управления бизнес-структур в среде интернет;
4. знание теоретических и практических основы организации и функционирования электронного бизнеса, специфику инфраструктура предприятия сферы ИТ;
5. выполнение лабораторных работ, своевременный и полный отчет по ним во время аудиторных занятий

Для оценивания результатов обучения на зачете используется – зачтено, не зачтено

Параметр	Результат
<ul style="list-style-type: none"> <li>– выполнены ВСЕ лабораторные работы по дисциплине</li> <li>– знание на хорошем уровне содержания вопроса;</li> <li>– знание на хорошем уровне терминологии электронной коммерции;</li> <li>– знание на хорошем уровне перспектив и направлений развития электронного бизнеса;</li> <li>– использование в ответе материала из дополнительной литературы;</li> <li>– умение привести практический пример использования конкретных приемов и методов электронного бизнеса;</li> <li>– использование в ответе самостоятельно найденных примеров;</li> <li>– понимание связей и иерархии подразделов электронного бизнеса;</li> <li>– наличие собственной точки зрения по проблеме и умение ее защитить;</li> <li>– знание на хорошем уровне методов и технологий построения, функционирования и использования систем электронного бизнеса;</li> <li>– умение четко, кратко и логически связно изложить материал</li> </ul>	«зачтено»
<ul style="list-style-type: none"> <li>– лабораторные работы не выполнены или выполнены частично;</li> <li>– неудовлетворительное знание основных терминов и понятий курса; перспектив и направлений развития электронного бизнеса;</li> <li>– неумение привести практический пример использования конкретных приемов и методов электронного бизнеса;</li> <li>– непонимание связей и иерархии подразделов электронного бизнеса;</li> <li>– отсутствие знаний методов и технологий построения, функционирования и использования систем электронного бизнеса;</li> <li>– неумение формулировать отдельные выводы и обобщения по теме</li> </ul>	«не зачтено»

вопросов	
----------	--

1. Для оценивания **курсовой работы** используются следующие показатели:
  - 1) владение навыками поиска и анализа информации в сети Интернет для информационного обеспечения и оценки деятельности электронного предприятия;
  - 2) способность применять полученные знания для решения типовых задач выбора и применения технологий ведения электронного бизнеса;
  - 3) знание особенностей решения вопросов, связанных с построением эффективной инфраструктуры предприятий электронной коммерции;
  - 4) умение выбирать и применять методы обеспечения безопасности электронного бизнеса;
  - 4) знание теоретического материала по изучаемой дисциплине.

Для оценивания курсовой работы используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Полное соответствие курсовой работы всем перечисленным критериям. Обучающийся правильно и полно подобрал литературные источники, представил курсовую работу в объеме не менее 30 стр. формата А4, ответил на все вопросы, допустил не более 1 ошибки в ответе	<i>Повышенный уровень</i>	Отлично
Обучающийся владеет понятийным аппаратом данной области науки (теоретическими основами дисциплины), правильно и полно подобрал литературные источники, представил курсовую работу в объеме не менее 30 стр. формата А4, ответил на все вопросы, имеются незначительные замечания по тексту и оформлению работы, допустил не более 3 ошибок в ответе	<i>Базовый уровень</i>	Хорошо
Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины, фрагментарно способен правильно подобрать литературные источники, представил курсовую работу в объеме не менее 30 стр. формата А4, ответил на все вопросы, имеются значительные замечания по тексту и оформлению работы, допустил не более 5 ошибок в ответе	<i>Пороговый уровень</i>	Удовлетворительно
Обучающийся представил курсовую работу в незначительном объеме, используемые источники некорректны, не смог ответить на вопросы, имеются значительные замечания по тексту и оформлению работы	–	Неудовлетворительно

### 19.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

#### 19.3.1 Перечень вопросов к зачету

1. Электронная торговля: определение, сущность, история и предпосылки возникновения. Традиционное предприятие, электронное предприятие, виртуальное предприятие, сетевое предприятие: терминологические проблемы.
2. Отличия электронной коммерции от традиционных форм ведения бизнеса. Предыстория электронной коммерции.
3. Классификация предприятий по степени использования традиционных и электронных инструментов ведения бизнеса.

4. Виды электронной коммерции по типам участников. Преимущества и недостатки электронной коммерции. Особенности внедрения электронной коммерции в России.
5. Характеристика Типового закона ЮНСИТРАЛ.
6. Классификатор. Его отличие от кодификатора. Примеры классификаторов, используемых в системах электронной коммерции.
7. Характеристика ИНКОТЕРМС 2000. Особенности применения ИНКОТЕРМС 2000 в системах электронной коммерции.
8. Инструменты электронной коммерции.
9. Стандарты ЭДИФАКТ, их роль, предназначение и место в системах электронной коммерции.
10. Классификация систем электронной коммерции (B2B, B2C, G2B и др.).
11. Сущность и содержание Internet-маркетинга. Инструменты Internet-маркетинга.
12. Роль Internet-маркетинга в электронной коммерции.
13. Стратегии продвижения в Internet. Способы рекламы в Internet.
14. Интернет-представительство компании. Способы организации интернет-представительства, их достоинства и недостатки. Виды хозяйственной деятельности в сети Интернет.
15. Основные инструменты интернет-маркетинга: веб-сайт и способы его продвижения (поисковые, непоисковые, социальные).
16. Доски объявлений и обмен ссылками.
17. Виды интернет-рекламы: контекстная и баннерная. Поисковая оптимизация. Электронные рассылки. Статистика покупок. Электронные программы лояльности. Спам.
18. Организация маркетинговых исследований при помощи сети Интернет.
19. Взаимодействие с потребителем во всемирном информационном пространстве.
20. Система внешней текущей информации: новостные рассылки, тематические рассылки, подборка тематических сайтов, организация поиска информации
21. Виды таргетинга.
22. Показатели эффективности электронной коммерции. Показатели эффективности электронного маркетинга. Методика их расчета.
23. Правила Нетикета (сетового этикета), относящиеся к сбору личной информации о пользователях.
24. Ключевые отличия интернет-рекламы от остальных видов рекламы.
25. Интернет-банкинг. Интернет-трейдинг.
26. Защита транзакций.
27. Законы, регулирующие электронную коммерцию в России. Наиболее типичные правонарушения в сфере электронной коммерции.
28. Международные карточные ассоциации (международные платежные системы).
29. Движение денег в сети, типы электронных платежей, кредитные карты, электронные чеки, цифровые деньги. Достоинства и недостатки электронных денег.
30. Правовые аспекты электронного бизнеса. Электронная подпись. Принципы использования электронной подписи.
31. Принцип функционирования электронных платежных схем на основе пластиковых карт.
32. Принцип функционирования электронных платежных схем на основе электронных чеков.

33. Принцип функционирования электронных платежных схем на основе цифровой наличности.
34. Счет торговца (merchant account). Назначение, способы получения.
35. Платежные системы на основе смарт-карты.
36. Платежные шлюзы. Назначение, принцип функционирования
37. Российские платежные системы.
38. Электронный документооборот - составная часть систем электронного управления документами, перспективы развития.
39. Защита информации при электронном документообороте: криптография, процесс шифрования, цифровые сертификаты.
40. Показатели эффективности электронного документооборота.
41. Законодательство, регулирующее электронный документооборот.
42. Программные средства разработки электронных документов.
43. Виды документооборота.
44. Схема документооборота.
45. Основные свойства систем электронного документооборота (СЭД).
46. Общая классификация систем документооборота.
47. Преимущества от использования СЭД.
48. Особенности выбора и внедрения СЭД.
49. Достоинства групповых систем работы с документацией.
50. Проблемы и решения внедрения систем электронного документооборота.
51. СЭД как интегрированная часть корпоративной системы.
52. Электронное правительство (e-Government). Структура Интернет-портала электронного правительства. Преимущества электронизации государственной деятельности.
53. Электронное правительство как средство коммуникации: понятие, особенности и направления применения. Основные модели и элементы электронного правительства.
54. Структура электронного правительства.
55. Формирование электронного правительства в РФ. Основополагающие направления работ.
56. Основные ресурсы электронного правительства РФ. Принципы реализации электронных правительственных услуг
57. Оценка эффективности электронного правительства

### **19.3.2 Перечень практических заданий**

#### **Задания лабораторной работы №1**

Провести анализ секторов электронного бизнеса по направлениям:

1. Анализ виртуальных предприятий сектора B2C по оказанию туристических услуг.
2. Анализ виртуальных предприятий сектора B2C Интернет – магазины.
3. Корпоративные представительства в сети Интернет.
4. Интернет-реклама.
5. Платёжные системы электронной коммерции
6. Дистанционное обучение в сети Интернет

#### **Задания лабораторной работы №2**



Ознакомьтесь с содержанием деятельности будущей Интернет компании в соответствии с вариантом:

1. Ресторанный гид. Сайт, который содержит информацию о местных ресторанах, их меню, сервисе и прочем
2. Сайт о недвижимости
3. Туристическая компания, которая продаёт через Интернет экстремальные виды отдыха в России и за рубежом
4. Продажа hand-made товаров
5. Имидж-консультант
6. Рекламное агентство онлайн
7. Планирование свадеб
8. Ритуальные услуги
9. Планирование вечеринок и мероприятий
10. Арт-галерея. Продажа работ и товаров для рисования
11. Обмен услугами, бартер
12. Продажа подарков
13. Книжный магазин
14. Компания, занимающаяся продажей химических средств для дома
15. Компания, занимающаяся продажей строительных материалов
16. Интернет магазин различных видов игрушек – от мягких до электронных.
17. Интернет аукцион для покупки-продажи товаров физическими лицами
18. Он-лайн журнал, посвящённый красоте и здоровью.
19. Торговая площадка, организующая оптовые продажи продуктов питания различными поставщиками различным покупателям
20. Электронная фотостудия, которая имеет большую клиентскую базу, оказывает услуги цифровой печати, цифрового монтажа и размещает на своих ресурсах собственные каталоги фотографий и архивы клиентских фото, а также поддерживает функционирование цифрового сообщества фотографов-профессионалов и фотографов-любителей.
21. Онлайн университет, занимающийся продажей электронных учебных курсов в режиме реального времени и онлайн обучением слушателей по индивидуальным наборам дисциплин.
22. Сайт адвокатской конторы, которая оказывает платные консультационные услуги как для физических, так и для юридических лиц, а также ведёт судебные дела клиентов
23. Торговая площадка мебельной компании, продающей готовую мебель мебельным базам и магазинам, а также выполняющая заказы на единоразовое выполнение работ по изготовлению элементов конструкции различной мебели
24. Интернет автосалон по продаже иномарок как для розничных дилеров, так и занимающийся прямой розничной продажей автомобилей для физических и юридических лиц.
25. Портал мэрии города, который объединяет в себе множество сайтов различных городских служб и позволяющий получать платные услуги и осуществлять расчёт как за оказываемые офф-лайн услуги (например, оплата квартплаты или платы за городской телефон), так и за онлайн услуги

#### **Задание на выполнение работы:**

1. Сформулируйте цели и функции Интернет проекта.
2. Опишите возможные способы продвижения товаров\услуг в сети Интернет, которые целесообразно применять для возможной целевой аудитории компании. Выделить целевую аудиторию.
3. Определите 2-3 площадки, где возможно разместить рекламу вашей деятельности. Определите ценовую политику данных площадок.
4. Составьте список базовых затрат, которые могут потребоваться до начала активной рекламы сайта (например, разработка рекламных материалов, регистрация в каталогах, оптимизация содержания сайта и др.).
5. Составьте медиа план на 1 месяц, включающий Интернет рекламу и традиционные способы рекламы из 4-5 позиций.
6. Разработайте карту будущего проекта, включая основные и вспомогательные разделы.

7. Средствами MS Office (MS Word или MS Visio) разработайте концепцию графического дизайна в виде схемы расположения зон на экране (меню, информация и т.д.).
8. Определите виды контента для базы данных будущего интернет-проекта. Разработайте концепцию базы данных, выделив основные сущности, которые будут в ней содержаться (при выделении сущностей необходимо учитывать как бизнес объекты, так и вспомогательные сущности).

### 19.3.5 Темы курсовых работ

1. Нормативно-правовые акты, регламентирующие электронную коммерцию
2. Правовое регулирование на этапе регистрации электронной коммерции
3. Регламентирование деятельности Интернет - магазина
4. Виды сетевого мошенничества и способы их предотвращения
5. Правовое регулирование сектора G2C и G2G.
6. Расчёты через Интернет
7. Бенчмаркинг в сети Интернет

Каждая тема содержит несколько вариантов исследования. Обучающимся предоставляется один вариант, например:

Тема «Правовое регулирование сектора G2C (G2G)»:

#### **Задание на выполнение работы.**

1. Ознакомьтесь с ситуацией по предложенному варианту.
2. Укажите, какие нормативно-правовые акты должны быть учтены в данном случае.
3. Перечислите, какие постановления, законы и прочие нормативно-правовые акты необходимы для расширения деятельности в секторе G2C (G2G) (не менее 2-3) предложений.

#### **Вариант 1.**

Сайт [www.gostorgi.ru](http://www.gostorgi.ru) является Интернет-версией газеты «Конкурсные торги», которая издаётся Федеральным центром проектного финансирования, и обслуживает торги для государственных нужд. Сайт предоставляет дополнительный платный сервис: подписку на тематические подборки объявлений по организации торгов, получение объявлений по мере их появления в редакции, знакомство с результатами прошедших конкурсов (победителями, суммами контрактов).

### **19.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах: устного индивидуального опроса, выполнение лабораторных работ, оценки результатов курсовой работы. Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практические задания, позволяющие оценить степень сформированности умений и навыков, предусмотренных данной дисциплиной

При оценивании используются количественные и качественные шкалы оценок Критерии оценивания приведены выше.