


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
 _____ *проф. Задорожний В.Г.*
подпись, расшифровка подписи
_____.____.2022г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.16 Электронный бизнес

1. Код и наименование направления подготовки/специальности: _____
_____ *38.03.05 Бизнес-информатика* _____
2. Профиль подготовки/специализация:
Бизнес-аналитика и системы автоматизации предприятий
3. Квалификация выпускника: *бакалавр* _____
4. Форма обучения: *очная* _____
5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:
кафедра системного анализа и управления
6. Составители программы: _____ *Булгакова Ирина Николаевна, д.э.н., доцент* _____
(ФИО, ученая степень, ученое звание)
7. Рекомендована: _____
(наименование рекомендующей структуры, дата, номер протокола)
Научно-методическим советом факультета прикладной математики, информатики и механики протокол №8 от 15.04.2022
8. Учебный год: _____ *2024-2025* _____ Семестр(ы)/Триместр(ы): _____ *6* _____

9. Цели и задачи учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- формирование у студентов знаний по основам электронного бизнеса и электронной коммерции, концепциям построения, функционирования и развития электронных предприятий, а также знакомство с основными достижениями в области телекоммуникаций, сетевых структур, информационных систем,
- формирование практических навыков и умений управления информационными ресурсами в сети Интернет, создания и использования средств доступа к ним, которые дают возможность существенно повысить эффективность бизнеса и создать принципиально новые направления его развития
- сформировать и развить у студентов способность и готовность к предпринимательской и управленческой деятельности, консультационным и образовательным проектам в сфере электронного бизнеса.

Задачи учебной дисциплины:

- изучение видов и бизнес-моделей электронного бизнеса, новых цифровых инструментов, используемых в развитии электронного бизнеса;
- изучить законодательство, регламентирующее ведение электронного бизнеса;
- научиться определять целевую аудиторию бизнеса, проводить анализ информационных потребностей посетителей сайта, оценивать ёмкость рынка, выбирать перспективную маркетинговую стратегию и формат бизнеса среде Интернет;
- изучить особенности строения, проектирования и разработки структуры веб-сайта и управления процессом продвижения сайта в электронном бизнесе;
- сформировать навыки медиапланирования и продвижения бизнеса в Интернете
- изучить современные технологии управления логистическими процессами электронного бизнеса, особенности расчётно-кассового обслуживания, особенности прогнозирования и снижения рисков и потерь электронного бизнеса, развить навыки ведения деловой отчётности и оценки эффективности бизнес-проектов в среде Интернет.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина относится к части дисциплин (модулей) учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.16).

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-4	Способен управлять информационными ресурсами в сети Интернет, создавать и использовать средства доступа к ним	ПК-4.1	Проводит анализ информационных потребностей посетителей сайта	<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; <i>Уметь:</i> позиционировать предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию; <i>Владеть (иметь навык(и)):</i> современными технологиями организации продаж в среде Интернет
		ПК-4.3	Проектирует и разрабатывает структуру веб-сайта	<i>Знать:</i> особенности использования информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом; структуру и общепринятые элементы бизнес-сайтов, связанные с когнитивными, технологическими, маркетинговыми и экономическими условиями при разработке дизайна;

				<p><i>Уметь:</i> планировать работу над проектом, визуально представлять план с помощью современных программных средств; исследовать предметную область, анализировать аналоги и элементы бизнес-сайтов; выбирать технические средства и технологические платформы с учетом требований и ограничений.</p> <p><i>Владеть (иметь навык(у)):</i> создания и поддержки бизнес-сайтов</p>
		ПК-4.4	Способен управлять процессом продвижения сайта	<p><i>Знать:</i> тематическую область электронного бизнеса; концепции и модели деятельности в Интернет; анализ и сегментация целевой аудитории; стратегические аспекты планирования.</p> <p><i>Уметь:</i> формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями.</p> <p><i>Владеть (иметь навык(у)):</i> навыками продвижения бизнес-сайтов, организацией продажи в среде Интернет, умением разрабатывать современные интернет-магазины</p>

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.— 3/108.

Форма промежуточной аттестации *зачет*

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость	
	Всего	По семестрам
		6 семестр
Аудиторные занятия	48	48
в том числе:	лекции	16
	практические	16
	лабораторные	16
Самостоятельная работа	60	60
в том числе: курсовая работа (проект)		
Форма промежуточной аттестации (<i>зачет.</i>)	-	-
Итого:	108	108

13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК*
1. Лекции			
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	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
1.3	Концепция и модели предпринимательской деятельности в Интернет	Классификации бизнес-моделей в электронном бизнесе: Раппы, Эпплгейт, Уэйла и Витейла. Классификация электронных предприятий по	Электронный бизнес

		<p>взаимодействующим субъектам (матрица B2C2G).</p> <p>Классификация бизнес-моделей по степени интеграции в электронный бизнес: модель интранета (модель B0); модель визитной карточки (модель B1); модель электронного заказа (модель B2); модель полной автоматизации (модель B3); модель аутсорсинга (модель B4).</p> <p>Торгово-закупочные B2B системы. Системы управления закупками (e-procurement).</p> <p>Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM - системы).</p> <p>Системы управления продажами (e-distribution).</p> <p>Системы полного цикла сопровождения потребителей (eCRM-системы).</p> <p>Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи.</p> <p>Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (e-market).</p> <p>Электронные фондовые рынки</p>	
1.4	Инструментарий электронного бизнеса	<p>Классификаторы информации. Стандарты, регламентирующие работу с данными, используемыми для формирования электронных сообщений.</p> <p>Система электронного обмена данными в управлении, торговле и транспорте (EDIFACT-electronic data interchange for administration, commerce and transport).</p> <p>Штриховое кодирование.</p>	Электронный бизнес
1.5	Электронный брендинг и маркетинг.	<p>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.</p> <p>Email-маркетинг. Контент-маркетинг. Анализ контент-стратегии. Поисковая реклама. Таргетированная реклама.</p> <p>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.</p>	Электронный бизнес
1.5	Создание и использование информационных сервисов	<p>Юридическое понятие сайта. Структура сайта. Оптимизация заголовков и медиафайлов. Коммерческие факторы. Дизайн бизнес-сайтов. Аудит сайтов. Эффективные посадочные страницы. Понятие Landing Page. Основы веб-аналитики.</p>	Электронный бизнес
1.7	Платежные системы: вид, функции, структура	<p>Классификация платежных систем. Факторы развития платежных систем. Платежные системы в исторической перспективе. Виды платежных сообщений. Платежные инструменты. Электронные платежные инструменты. Перспективы использования платежей наличными. Клиринговая деятельность в платежных системах. Клиринговые системы. Процедуры клиринга и расчета. Гибридные системы клиринга и расчета. Электронный банкинг и риски недостаточного обеспечения информационной безопасности.</p>	Электронный бизнес
1.8	Безопасность электронного бизнеса	<p>Термины и определения. Виды и источники угроз. Способы оценки эффективности системы безопасности в электронном бизнесе. Электронная подпись. Вопросы правового регулирования безопас-</p>	Электронный бизнес

		ности электронного бизнеса.	
1.9	Электронное правительство	<p>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-Demosgasy и информационное общество.</p> <p>Электронные торги, государственные закупки. Государственные услуги для электронного бизнеса.</p>	Электронный бизнес
1.10	Эффективность электронного бизнеса	<p>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.</p>	Электронный бизнес
2. Практические занятия			
2.1	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	<p>Правовые аспекты организации предприятий электронного бизнеса. Российское законодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнес-организаций. Разрешение споров в электронном бизнесе.</p>	Электронный бизнес
2.2	Концепция и модели предпринимательской деятельности в Интернет	<p>Классификации бизнес-моделей в электронном бизнесе: Раппы, Эпплгейт, Уэйла и Витейла.</p> <p>Матрица B2C2G.</p> <p>Классификация бизнес-моделей по степени интеграции в электронный бизнес Торгово-закупочные B2B системы. Системы управления закупками (e-procurement).</p> <p>Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM - системы).</p> <p>Системы управления продажами (e-distribution).</p> <p>Системы полного цикла сопровождения потребителей (eCRM-системы).</p> <p>Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи.</p> <p>Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (e-market).</p> <p>Электронные фондовые рынки</p>	Электронный бизнес
2.3	Инструментарий электронного бизнеса	<p>Классификаторы информации. 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.</p>	Электронный бизнес
2.4	Электронный брендинг и маркетинг.	<p>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.</p> <p>Email-маркетинг. Контент-маркетинг. Анализ контент-стратегии. Поисковая реклама. Таргетированная реклама.</p> <p>Ценовые модели размещения рекламы в Интернет - фиксированная оплата (Flat Fee Advertising),</p>	Электронный бизнес

		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.	
2.5	Создание и использование информационных сервисов	Юридическое понятие сайта. Структура сайта. Оптимизация заголовков и медиафайлов. Коммерческие факторы. Дизайн бизнес-сайтов. Аудит сайтов. Эффективные посадочные страницы. Понятие Landing Page. Основы веб-аналитики.	Электронный бизнес
3. Лабораторные занятия			
3.1	Электронный брендинг и маркетинг.	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. Email-маркетинг. Контент-маркетинг. Анализ контент-стратегии. Поисковая реклама. Таргетированная реклама. 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
3.2	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
3.3	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-Demosgasy и информационное общество. Электронные торги, государственные закупки. Государственные услуги для электронного бизнеса.	Электронный бизнес
3.4	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

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Роль и место элек-	1			2	3

	тронного бизнеса в современном мире					
2	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	1	2		6	9
3	Концепция и модели предпринимательской деятельности в Интернет	1	4		8	13
4	Инструментарий электронного бизнеса	2	2		6	10
5	Электронный брендинг и маркетинг.	2	4	4	10	20
6	Создание и использование информационных сервисов	2	4		6	12
7	Платежные системы: вид, функции, структура	2			8	10
8	Безопасность электронного бизнеса	2		4	4	10
9	Электронное правительство	2		4	4	10
10	Эффективность электронного бизнеса	1		4	6	11
	Итого:	16	16	16	60	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

Работа с конспектами лекций, выполнение лабораторных работ по дисциплине, использование рекомендованной литературы и методических материалов, ответы на контрольные вопросы. Самостоятельная работа студентов включает подготовку к лабораторным занятиям, написание отчетов, поиск, анализ и структурирование информации для изучения принципов организации бизнеса в среде Интернет; проведение маркетинговых исследований с использованием средств Интернет, самостоятельную работу по анализу бизнес-сайтов.

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. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины *(список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видовисточников)*

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Электронная торговля: учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, В. А. Матосян, Р. Р. Салихова. – 2-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2021. – 150 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600300 (дата обращения: 06.01.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04172-3. – Текст : электронный.
2	Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие для вузов / А. Г. Сковиков. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2021. — 260 с. — ISBN 978-5-8114-6857-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/152653 (дата обращения: 06.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3	Кобелев, О. А. Электронная коммерция: учебное пособие / О. А. Кобелев; под ред. С. В. Пирогова. – 5-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 684 с.: ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621649 (дата обращения: 06.01.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03474-9. – Текст : электронный.
4	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: https://e.lanbook.com/book/157201 (дата обращения: 06.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
1	Кибербезопасность в условиях электронного банкинга: практическое пособие : [16+] / А. А. Бердюгин, А. Б. Дудка, С. В. Конявская [и др.] ; под ред. П. В. Ревенкова. – Москва: Прометей, 2020. – 522 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610688 (дата обращения: 06.01.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-907244-61-0. – Текст : электронный.
2	Прохорова, М. В. Организация работы Интернет-магазина: практическое пособие / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 333 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573335 (дата обращения: 06.01.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03466-4. – Текст : электронный.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
1	Электронный бизнес / И.Н.Булгакова. — Образовательный портал «Электронный университет ВГУ». — Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=5257

* Вначале указываются ЭБС, с которыми имеются договора у ВГУ, затем открытые электронно-образовательные ресурсы, онлайн-курсы, ЭУМК

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

№ п/п	Источник
1	Электронный бизнес / И.Н.Булгакова. — Образовательный портал «Электронный университет ВГУ». — Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=5257

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ, электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

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

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Мебель и оборудование: учебная мебель, компьютер (ноутбук), мультимедийное оборудование (проектор, экран, средства звуковоспроизведения), специализированная мебель, персональные компьютеры для индивидуальной работы с возможностью подключения к сети «Интернет».

Программное обеспечение: ОС Windows 8 (10), интернет-браузер (Chrome, Яндекс.Браузер, Mozilla Firefox), ПО Adobe Reader; пакет стандартных офисных приложений для работы с документами, таблицами (MS Office, МойОфис, LibreOffice).

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций-

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Роль и место электронного бизнеса в современном мире	ПК-4	ПК-4.1	Практическое задание лабораторной работы №1 Контрольная работа
2.	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса			
3.	Концепция и модели предпринимательской деятельности в			

	Интернет			
4.	Инструментарий электронного бизнеса			
5.	Электронный брендинг и маркетинг.			
6.	Создание и использование информационных сервисов			
7	Платежные системы: вид, функции, структура		ПК-4.3 ПК-4.4	Практическое задание лабораторной работы №2 Контрольная работа
8	Безопасность электронного бизнеса			
9	Электронное правительство			
10	Эффективность электронного бизнеса			
Промежуточная аттестация форма контроля –зачет				Практическое задание, собеседование

20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1. Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: практическое задание и домашняя контрольная работа.

Пример варианта контрольной работы

Тема «Правовое регулирование сектора G2B (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 G2B (G2C, G2G) (не менее 2-3) предложений.

Вариант 1.

На сайте администрации города N физическим лицам предоставляется возможность оплаты коммунальных услуг. При проведении платежа используются так называемые «сервисные» карты, которые плательщики могут приобрести в отделениях «Сбербанка» и «Банка связи». Система оплаты организована следующим образом: клиент регистрируется на сайте (заводит счет), заполняет форму идентичную бланку оплаты, вводит код с сервисной карты (пополняя свой счет на определенное количество денежных единиц). Операции с сервисными картами проводит «Банк связи», переводя деньги со счета клиента на счет администрации города, открытый в Сбербанке.

Описание технологии проведения:

Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по дисциплине

Для оценивания контрольной работы используются следующие показатели:

- 1) владение навыками поиска и анализа информации;
- 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.

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания

Параметр	Результаты
----------	------------

Полное соответствие контрольной работы всем перечисленным критериям. Обучающийся правильно и полно информационные источники, представил аналитическую часть контрольной работы в объеме не менее 30 стр. формата А4, ответил на все вопросы, допустил не более 1 ошибки в ответе	Отлично
Обучающийся владеет понятийным аппаратом (теоретическими основами) дисциплины, правильно и полно подобрал информационные источники, представил аналитическую часть контрольной работы 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	Хорошо
Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины, фрагментарно способен правильно подобрал информационные источники, представил аналитическую часть контрольной работы 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	Удовлетворительно
Обучающийся представил вариант лабораторной работы, не соответствующий заранее заданному; аналитическая часть контрольной работы представлена в незначительном объеме, значительно упрощена; используемые источники некорректны, не смог ответить на вопросы, имеются значительные замечания по тексту и оформлению работы	Неудовлетворительно

20.2. Промежуточная аттестация

Для оценивания результатов обучения на зачете используются следующие показатели:

- выполнение лабораторных работ, своевременный и полный отчет по ним во время аудиторных занятий;
- представление о сущности и назначении дисциплины «Электронный бизнес» (собеседование);
- представление о сущности и организационные принципы электронного бизнеса (собеседование);
- представление о методах организации и функционирование секторов электронного бизнеса (собеседование);
- знания методов оценки эффективности электронного бизнеса; организации и управления бизнес-структур в среде интернет (собеседование);
- знание теоретических и практических основы организации и функционирования электронного бизнеса, специфику инфраструктура предприятия (собеседование).

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

Задания лабораторной работы №1

Провести анализ секторов электронного бизнеса по направлениям:

1. Анализ виртуальных предприятий сектора В2С по оказанию туристических услуг.
2. Анализ виртуальных предприятий сектора В2С 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 предложенным вариантом.

1. Опишите цели и задачи бизнеса организации, постройте бизнес-модель (на примере бизнес-моделей Раппы). 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. Разработайте визуальный стиль (мудборд, UX-дизайн) бизнес-сайта: палитра цветов, шрифты, иконки и прочие визуальные паттерны.
9. 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).

Перечень вопросов к зачету

1. Электронный бизнес: 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 2020-2021. Особенности применения ИНКОТЕРМС 2020-2021 в системах электронной коммерции. Отличие от ИНКОТЕРМС 2010
8. Инструменты электронного бизнеса.
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 (сетевое 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 шлюзы. Назначение, принцип функционирования
36. Российские платежные системы.
37. Электронный документооборот - составная часть систем электронного управления документами, перспективы развития.
38. Защита информации при электронном документообороте: криптография, процесс шифрования, цифровые сертификаты.
39. Законодательство, регулирующее электронный документооборот.
40. Электронное правительство (e-Government). Структура Интернет-портала электронного правительства. Преимущества электронизации государственной деятельности.
41. Электронное правительство как средство коммуникации: понятие, особенности и направления применения. Основные модели и элементы электронного правительства.
42. Структура электронного правительства.
43. Формирование электронного правительства в РФ. Основополагающие направления работ.
44. Основные ресурсы электронного правительства РФ. Принципы реализации электронных правительственных услуг
45. Оценка эффективности электронного правительства

Описание технологии проведения

Средство промежуточного контроля усвоения разделов дисциплины, организованное в виде собеседования преподавателя и обучающегося.

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания

Параметр	Результат
Выполнены ВСЕ лабораторные работы по дисциплине; знание на хорошем уровне содержания вопроса; знание на хорошем уровне терминологии электронной коммерции; знание на хорошем уровне перспектив и направлений развития электронного бизнеса; использование в ответе материала из дополнительной литературы; умение привести практический пример использо-	«зачтено»

<p>вания конкретных приемов и методов электронного бизнеса; использование в ответе самостоятельно найденных примеров; понимание связей и иерархии подразделов электронного бизнеса; наличие собственной точки зрения по проблеме и умение ее защитить; знание на хорошем уровне методов и технологий построения, функционирования и использования систем электронного бизнеса; умение четко, кратко и логически связно изложить материал.</p>	
<p>Отсутствие на занятиях; лабораторные работы не выполнены или выполнены частично; вариант лабораторной работы не соответствует заранее заданному; неудовлетворительное знание основных терминов и понятий курса, перспектив и направлений развития электронного бизнеса; неумение привести практический пример использования конкретных приемов и методов электронного бизнеса; непонимание связей и иерархии подразделов электронного бизнеса; отсутствие знаний методов и технологий построения, функционирования и использования систем электронного бизнеса; неумение формулировать отдельные выводы и обобщения по теме вопросов.</p>	<p>«не зачтено»</p>