



Частное учреждение высшего образования
«Институт государственного администрирования»

Кафедра экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 П.Н. Рузанов

«28» февраля 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС»**

Направление подготовки:

38.03.05 Бизнес-информатика

профиль:

Информационные технологии в управлении предприятием

Квалификация – бакалавр

Форма обучения: очная

Москва 2023 г.

Рабочая программа по дисциплине «**Электронный бизнес**» составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат, от 29 июля 2020 г. № 838, для обучающихся по направлению подготовки **38.03.05 «Бизнес-информатика»**.

Составитель:

д.э.н., доцент Омарова З.К.

РАССМОТРЕНА и ПРИНЯТА

на заседании кафедры

экономики и менеджмента

«28» февраля 2023 г., протокол № 2

З.К.Омарова

(подпись)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины (модуля) «Электронный бизнес» является освоение теоретических основ организации и функционирования предприятий электронного бизнеса.

Задачи:

1. знакомство с достоинствами и недостатками существующих решений по созданию предприятий электронной коммерции;
2. изучение методик оценки эффективности функционирования предприятий электронного бизнеса;
3. изучение классификации основных направлений электронного бизнеса;
4. рассмотрение перспектив развития и проблем каждого из направлений, а также законодательных и правовых вопросов;
5. изучение систем электронного управления документами;
6. изучению вопросов, связанных с построением эффективной инфраструктуры предприятий электронной коммерции.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Электронный бизнес» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП бакалавриата по направлению 38.03.05 Бизнес- информатика.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-2 Способен осуществлять продвижение ИТ - продуктов	ПК-2.1 Знает стадии жизненного цикла и особенности продвижения информационного продукта на рынке	Знает стадии жизненного цикла и особенности продвижения информационного продукта на рынке Умеет определять стадии жизненного цикла и особенности продвижения	КР Отчет по практической подготовке Тестовые вопросы Практико-ориентированное задание Эссе

		информационного продукта на рынке Владеет методами определения жизненного цикла и особенности продвижения информационного продукта на рынке	Презентация
	ПК-2.2 Умеет планировать ознакомительные мероприятия о свойствах информационного продукта	Знает основные этапы планирования ознакомительных мероприятий о свойствах информационного продукта Умеет планировать ознакомительные мероприятия о свойствах информационного продукта Владеет методами планирования ознакомительных мероприятий о свойствах информационного продукта	
	ПК-2.3 Владеет навыками распространения информации о продуктах по всем доступным коммуникационным каналам	Знает основные способы распространения информации о продуктах по всем доступным коммуникационным каналам Умеет распространять информацию о продуктах по всем доступным коммуникационным каналам Владеет навыками распространения информации о продуктах по всем доступным коммуникационным каналам	
ПК-6. Способен представлять концепции, технические задания на систему и изменений в них заинтересованным лицам	ПК-6.1 Знает требования к функциям информационных систем и принципы их построения	Знает требования к функциям информационных систем и принципы их построения Умеет формулировать требования к функциям информационных систем и принципы их построения Владеет методологией формирования требований к функциям информационных систем и принципы их построения	КР Отчет по практической подготовке Тестовые вопросы Практико-ориентированное задание Эссе Презентация
	ПК-6.2 Умеет консультировать заинтересованных лиц по требованиям к информационной системе	Знает особенности консультирования заинтересованных лиц по требованиям к информационной системе Умеет консультировать заинтересованных лиц по требованиям к информационной системе Владеет методами консультирования заинтересованных лиц по требованиям к	

ПК-6.3 Владеет навыками разработки технического задания на систему и корректировки формулировок требований к функциям информационных систем	Знает основные методы разработки технического задания на систему и корректировки формулировок требований к функциям информационных систем Умеет разрабатывать техническое задание на систему и корректировку формулировок требований к функциям информационных систем Владеет навыками разработки технического задания на систему и корректировки формулировок требований к функциям информационных систем
---	--

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов

Тематический план форма обучения - очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				и и а с е с е Л	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Информационные компьютерные технологии (ИКТ) и их роль в современном информационном обществе.	6	1-2	4	2	2		7	
2	Информационно -справочные системы и их классификации.	6	3-4	4	2	2		7	
3	Электронная коммерция. Основные виды и классификация.	6	5-6	4	2	2		7	Рейтинг-контроль №1
4	Электронные финансовые рынки.	6	7-8	4	2	2		7	
5	Правовые аспекты электронного бизнеса.	6	9 10	4	2	2		7	
6	Мировые стандарты и тренды развития электронного бизнеса.	6	11 12	4	2	2		7	Рейтинг-контроль №2
7	Программное обеспечение электронного бизнеса.	6	13 14	4	2	2		7	
8	Электронный документооборот.	6	15 16	4	2	2		7	
9	Планирование и организация электронного бизнеса.	6	17 18	4	2	2		7	Рейтинг-контроль №3
Всего за 6 семестр:				36	18	18		63	Экзамен (45)
Наличие в дисциплине КП/КР									+
Итого по дисциплине				36	18	18		63	Экзамен (45)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Информационные компьютерные технологии (ИКТ) и их роль в современном информационном обществе.

Информационные технологии (ИТ). Новые информационные технологии (НИТ) и их основные свойства. Особенности современного технологического процесса. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ). Компоненты ИКТ. Роль и место ИКТ в современном обществе. Влияние развития ИКТ на формирование информационного общества. Динамика развития ИКТ. Исследования по развитию ИКТ в странах мира.

Тема 2. Информационно-справочные системы и их классификации.

Основные понятия. Классификация по масштабу. Классификация по сфере применения. Классификация по способу организации.

Тема 3. Электронная коммерция. Основные виды и классификация.

Электронный бизнес. Электронная коммерция. Предпосылки возникновения электронной коммерции. Преимущества электронной коммерции.

Тема 4. Электронные финансовые рынки.

Предпосылки существования электронного финансового рынка. Развитие электронного финансового рынка в технологическом аспекте. Электронный бизнес в России и его особенности. Основные модели мирового электронного бизнеса и электронной коммерции на современном этапе его развития. Составные части и платежные системы электронной коммерции. Правовое регулирование электронной коммерции в России и за рубежом. Факторы эффективности Internet-рынка. Сравнение и взаимосвязь развития электронного финансового рынка в мире и в России. Перспективы развития электронного финансового рынка в России.

Тема 5. Правовые аспекты электронного бизнеса. Европейское право.

Закон «О правовой охране программ для электронных вычислительных машин и баз данных» № 3532-1. Закон РФ «О защите прав потребителей» № 2300-1. Федеральный закон «О коммерческой тайне» № 19-ФЗ. Закон «Об авторском праве и о смежных правах» от

09.07.1993 г. № 5351-1. Федеральный закон «О персональных данных» № 152-ФЗ; - Доктрина информационной безопасности РФ от 09.09.2000 г. № Пр-1895. О естественных монополиях», «О лицензировании отдельных видов деятельности» № 128-ФЗ, «О техническом регулировании» № 1874-ФЗ, «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капиталовложений», «О защите конкуренции». Федеральный закон «О Центральном банке РФ (Банке России)». Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении денежных расчетов с использованием платежных карт».

Тема 6. Мировые стандарты и тренды электронного бизнеса.

Тренды E-commerce. Виртуальный помощник - Chat bot. Покупки в Instagram. Увеличит ли конверсию персонализация? Аналитика в режиме реального времени. Оптимизация под мобильные устройства. Нужен ли голосовой поиск? Омниканальность. Социальные сети. Персонализация товаров для покупателей. Получение покупателями лучшего user experience. Доминирование маркетплейсов

Тема 7. Программное обеспечение электронного бизнеса.

[Средства создания приложений для электронной коммерции некоторых ведущих производителей. WebSphere Commerce и WebSphere Commerce Business Edition \(IBM\). Commerce Server 2002 \(Microsoft\). e-Business Suite \(Oracle\)](#)

Тема 8. Электронный документооборот.

[Электронный документооборот - что это такое, и для чего нужен? Кто может пользоваться системами ЭДО? Преимущества ЭДО. Какие документы можно отправлять через ЭДО? Как правильно выбрать сервис электронного документооборота? Обзор ЭДО «Диадок». Обзор ЭДО «СБИС». Чек-лист перехода на ЭДО](#)

Тема 9. Планирование и организация электронного бизнеса.

Понятия электронного бизнеса и электронной коммерции. Факторы, влияющие на развитие технологий электронного бизнеса и снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции. Понятие и организационные принципы электронного предприятия. Деформации модели архитектуры предприятия Захмана при ее применении к моделированию электронного предприятия. Описание бизнесархитектуры предприятия в таблице Захмана. Содержание описания ИТархитектуры (документы; правила бизнеса; база

данных). Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент». Бизнес-модели и направления электронного бизнеса. Главные элементы бизнес-модели: целевая установка, критерии успеха, целевая аудитория, требования и приоритеты, партнерства, финансы. Контент- модель и её основные элементы: определения, источники данных, иерархия, презентация, позиционирование, ведение. Менеджмент-модель и ее элементы: процессы (отбор, разработка, импорт, хранение, измерения, поддержка), предпринимательские принципы, директивы, роли, степени ответственности.

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Тема 1. Информационные компьютерные технологии (ИКТ) и их роль в современном информационном обществе.

Информационные технологии (ИТ). Новые информационные технологии (НИТ) и их основные свойства. Особенности современного технологического процесса. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ). Компоненты ИКТ. Роль и место ИКТ в современном обществе. Влияние развития ИКТ на формирование информационного общества. Динамика развития ИКТ. Исследования по развитию ИКТ в странах мира.

Тема 2. Информационно-справочные системы и их классификации.

Основные понятия. Классификация по масштабу. Классификация по сфере применения. Классификация по способу организации.

Тема 3. Электронная коммерция. Основные виды и классификация.

Электронный бизнес. Электронная коммерция. Предпосылки возникновения электронной коммерции. Преимущества электронной коммерции.

Тема 4. Электронные финансовые рынки.

Предпосылки существования электронного финансового рынка. Развитие электронного финансового рынка в технологическом аспекте. Электронный бизнес в России и его особенности. Основные модели мирового электронного бизнеса и электронной коммерции на современном этапе его развития. Составные части и платежные системы электронной коммерции. Правовое регулирование электронной коммерции в России и за рубежом. Факторы эффективности Internet-рынка. Сравнение и взаимосвязь развития электронного финансового рынка в мире и в России. Перспективы развития электронного

финансового рынка в России.

Тема 5. Правовые аспекты электронного бизнеса. Европейское право.

Закон «О правовой охране программ для электронных вычислительных машин и баз данных» № 3532-1. Закон РФ «О защите прав потребителей» № 2300-1. Федеральный закон «О коммерческой тайне» № 19-ФЗ. Закон «Об авторском праве и о смежных правах» от 09.07.1993 г. № 5351-1. Федеральный закон «О персональных данных» № 152-ФЗ; - Доктрина информационной безопасности РФ от 09.09.2000 г. № Пр-1895. О естественных монополиях», «О лицензировании отдельных видов деятельности» № 128-ФЗ, «О техническом регулировании» № 1874-ФЗ, «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капиталовложений», «О защите конкуренции». Федеральный закон «О Центральном банке РФ (Банке России)». Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении денежных расчетов с использованием платежных карт».

Тема 6. Мировые стандарты и тренды электронного бизнеса.

Тренды E-commerce. Виртуальный помощник - Chat bot. Покупки в Instagram. Увеличит ли конверсию персонализация? Аналитика в режиме реального времени. Оптимизация под мобильные устройства. Нужен ли голосовой поиск? Омниканальность. Социальные сети. Персонализация товаров для покупателей. Получение покупателями лучшего user experience. Доминирование маркетплейсов

Тема 7. Программное обеспечение электронного бизнеса.

[Средства создания приложений для электронной коммерции некоторых ведущих производителей. WebSphere Commerce и WebSphere Commerce Business Edition \(IBM\). Commerce Server 2002 \(Microsoft\). e-Business Suite \(Oracle\)](#)

Тема 8. Электронный документооборот.

[Электронный документооборот - что это такое, и для чего нужен? Кто может пользоваться системами ЭДО? Преимущества ЭДО. Какие документы можно отправлять через ЭДО? Как правильно выбрать сервис электронного документооборота? Обзор ЭДО «Диадок». Обзор ЭДО «СБИС». Чек-лист перехода на ЭДО](#)

Тема 9. Планирование и организация электронного бизнеса.

Понятия электронного бизнеса и электронной коммерции. Факторы, влияющие на

развитие технологий электронного бизнеса и снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции. Понятие и организационные принципы электронного предприятия. Деформации модели архитектуры предприятия Захмана при ее применении к моделированию электронного предприятия. Описание бизнесархитектуры предприятия в таблице Захмана. Содержание описания ИТархитектуры (документы; правила бизнеса; база данных). Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент». Бизнес-модели и направления электронного бизнеса. Главные элементы бизнес-модели: целевая установка, критерии успеха, целевая аудитория, требования и приоритеты, партнерства, финансы. Контент- модель и её основные элементы: определения, источники данных, иерархия, презентация, позиционирование, ведение. Менеджмент-модель и ее элементы: процессы (отбор, разработка, импорт, хранение, измерения, поддержка), предпринимательские принципы, директивы, роли, степени ответственности.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО- МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости (*рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3*).

Рейтинг-контроль №1

Выполните задания.

1. Дайте определение понятия электронный бизнес.
2. Интранет (интерсеть) представляет собой:
 - Электронный бизнес в рамках нескольких организаций, это электронный обмен деловой информации в структурном формате, происходящий между партнерами по бизнесу.
 - Электронный бизнес в рамках одной организации, это корпоративная сеть, использующая технологии Интернета для передачи информации с минимальными затратами времени, усилий и денег.
3. Бизнес в Интернете это (исключить лишнее) :
 - Интернет - реклама

- банк, в котором находится расчетный счет покупателя, который является гарантом выполнения финансовых обязательств.

Рейтинг-контроль №2. Выполните тест.

1. Виртуальное предприятие - это:

- одна из новых организационных форм предприятий;

- сетевая, компьютерно-посредованная организационная структура, состоящая из неоднородных компонентов, расположенных в различных местах;

- это динамичная открытая бизнес-система на основе прогрессивных интернет-технологий, представляющая собой совокупность временно объединенных на принципах кооперации в рамках единого информационного пространства технологических ресурсоавтономных экономических агентов, способных на основании координации и оперативного распределения производить конечный продукт или услугу;

- все ответы верны.

1. Виртуальное предприятие с централизованным типом управления:

- когда один из участников сети управляет сетью и выполнением рыночных заказов;

- при котором все управленческие процессы осуществляются только за счет локальных взаимодействий участников сети;

- когда сохраняется общий координационный центр.

2. Дайте определение понятия виртуальная ассоциация.

3. Виртуальный пул — это:

- объединение предпринимателей картельного типа, предусматривающее особый порядок распределения прибыли его участников (в заранее установленных пропорциях). Возможные роли данного объединения: орган-координатор, эксперт, партнер;

- это временное объединение разных компаний, электронными средствами, где для вступающих организаций устанавливаются правила распределения общих расходов и прибыли, поступающих в единый фонд, распределяемый по установленной пропорции

- все ответы верны.

4. Какие новые возможности и преимущества открываются для заказчиков товаров или услуг участие в электронных торгах?:

5. Опишите пошагово процесс организации электронных торгов.

6. В зависимости от специфики проведения торгов, все электронные площадки делятся на 3 основных категории:

7. Вид торгов — конкурс это способ определения поставщика, при котором победителем признается участник закупки, предложивший:

- лучшие условия исполнения контракта. Принять участие могут все желающие;
- наименьшую цену контракта. Принять участие могут все желающие, прошедшие аккредитацию;
- низкую цену, которая соответствует установленным требованиям. Действуют ограничения;
- окончательное предложение, наилучшим способом удовлетворяющее потребности заказчика в товаре или услуге.

8. В 2010 году Правительством РФ были определены пять федеральных торговых площадок:

9. Общероссийский официальный сайт для размещения информации заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг:

- www.roseltorg.ru
- www.zakazkf.ru
- www.zakupki.gov.ru

Рейтинг-контроль №3 Подготовьте ответы на заданные темы.

1. Механизмы функционирования электронных торговых площадок. Бизнес-модели электронных торговых площадок.
2. Механизм функционирования электронной биржи.
3. Организация размещения государственных и муниципальных заказов на электронных торговых площадках.
4. Виды и характеристики систем электронной коммерции на потребительском рынке товаров и услуг.
5. Организация аукционной торговли в сети Интернет.
6. Организация электронной торговли туристическим продуктом.

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины производится в виде экзамена, который включает в себя ответы на теоретические вопросы.

1. Информационное общество и его особенности. Роль ИКТ в создании информационного общества. ИКТ - основа электронного бизнеса.
2. Пути развития электронного общества. Кризис рынка высоких технологий и его влияние на пути развития. Проблема "последней мили".
3. Сетевые структуры. Локальные и глобальные сети. Интернет и его технологии. Информационные технологии. Языки описания сценариев, документов и языки программирования.
4. Принцип информационно-справочных информационных каталогов.
5. Средства массовой информации. Информационно-аналитические агентства. Информационные системы государственных учреждений. Электронное правительство. Серверы кадровых агентств.
6. Электронная коммерция B2B (бизнес-бизнес).
7. Электронная коммерция B2C (бизнес-потребитель).
8. Электронные магазины. Платежные системы. Защита информации. Цифровые подписи.
9. Сертификационные центры.
10. Коллективные информационные технологии.
11. Финансовые сетевые структуры. Интернет и новые возможности. Виртуальные банки. Электронный фондовый рынок. Интернет страхование.
12. Директивы европейского союза. Принципы использования электронной подписи и сертификации. Заключение договоров с использованием электронных средств. Разрешение споров в электронной коммерции. Федеральный закон РФ об электронной торговле.
13. Международные технические стандарты Интернет-технологий. Типовые решения в электронном бизнесе. Стандарты для безопасности электронной коммерции. Технологический аудит.
14. Главные элементы контент-модели. Процессы по созданию и ведению WEB- контента. Разработка иерархической структуры для хранения и поиска информации.
15. Подготовка формы документов и спецификаций для их технологических циклов. Определение 4 прав пользователя для различных уровней структуры. Публикация документа, рассылка по спискам.
16. Анализ и оценки эффективности бизнес - решения.
17. Способы реализации WEB-контента. Статические сайты. Динамические сайты. Системы WEB-публишинга. Системы управления WEB-контентом.

18. Реализация бизнес-решения на основе специализированной программы Lotus Domino R5. Реализация бизнес-решения на базе универсального объектноориентированного языка JAVA.

19. Основные определения, классификация Электронный документооборот - составная часть систем электронного управления документами (ЭУД). Перспективы развития, системы CRM.

20. Организация ЭУД на базе Lotus Domino.Doc. Средства обмена. Базы данных. Средства администрирования.

21. Средства разработки и управления Lotus Domino.Doc Схемы организации. Шаблоны. Формы документов. Уровни безопасности

22. Пример организации ЭУД коммерческой фирмы Состав и архитектура. Клиенты. Формы и шаблоны.

23. Планирование электронного бизнеса Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса. Структурированная процесс-модель "бизнес-контент-менеджмент". Бизнес-модели и направления электронного бизнеса.

24. Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса Коммуникационная платформа предприятия электронного бизнеса. Модели организации коммуникационной платформы.

25. Структура информационной платформы электронных предприятий. Модели реализации информационной платформы предприятия электронного бизнеса.

26. Электронная витрина предприятий электронной коммерции Типовая структура электронной витрины. Структурные разделы электронной витрины, их назначение и особенности построения.

27. Системы электронных платежей. Правовые аспекты электронного бизнеса Офлайновые платежные системы. Классификация электронных платежных систем. Кредитные и дебетовые системы. Электронная наличность. Merchant accounts (счета и субсчета торговца). Правовые аспекты организации предприятий электронного бизнеса.

28. Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса. Структура затрат предприятий электронного бизнеса.

29. Доходная часть предприятий электронного бизнеса.

30. Методики мониторинга функционирования предприятий электронного бизнеса. Программные средства.

5.3. Самостоятельная работа обучающегося производится в виде докладов, эссе, презентаций.

Подготовка докладов по следующим темам:

1. Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса.
2. Типология предпринимательских процессов на электронном рынке.
3. Организационно-технологические основы электронной коммерции в сети Интернет.
4. Информационная безопасность электронной коммерции в сети Интернет. Правовое обеспечение электронной коммерции в сети Интернет.
5. Характеристики объектов и субъектов электронной коммерции.
6. Типология объектов электронной коммерции. Субъектный состав электронной коммерции.
7. Организация межфирменного взаимодействия в процессах электронной коммерции: технологии business-to-business.
8. Механизмы функционирования электронных торговых площадок. Бизнес-модели электронных торговых площадок.
9. Механизм функционирования [электронной биржи](#).
10. Организация размещения государственных и муниципальных заказов на электронных торговых площадках.
11. Виды и характеристики систем электронной коммерции, используемых для реализации товарно-нематериальных ценностей и оказания услуг в секторе B2B.
12. Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг: технологии business-to-consumer.
13. Виды и характеристики систем электронной коммерции на потребительском рынке товаров и услуг.
14. Организация аукционной торговли в сети Интернет.
15. Организация электронной торговли туристическим продуктом.
16. Типы и характеристики электронных платежных.
17. Интернет-банкинг: технологии и направления развития.
18. Особенности мобильной и телевизионной коммерции.
19. Технологическая база мобильной коммерции. Процессы мобильной коммерции.
20. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России.
21. Механизм государственного регулирования электронной коммерции в России.
22. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России.
23. Электронный бизнес как направление конкурентной борьбы.

24. Применение методологии системы сбалансированных показателей к построению стратегии развития ИКТ на предприятии.

25. Финансовая и клиентская составляющие ССП в условиях электронного бизнеса.

26. Составляющие внутренних бизнес-процессов и персонала в ССП в условиях электронного бизнеса.

Требования по подготовке доклада (эссе).

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Оно должен содержать:

- введение, содержащее постановку проблемы;
- основную часть, содержащую логически выдержанное изложение темы (предпосылок и путей решения поставленной проблемы);
- краткие выводы, обобщающие позицию автора по проблеме;
- список использованной литературы (указывается только та литература, которой фактически пользовался автор; все случаи использования источников - цитаты, сведения, оценки и т.д. - отмечаются ссылками в виде сносок или примечаний с указанием страниц источника).

Объем эссе должен составлять 7-10 страниц (до 4 тыс. слов) печатного текста (шрифт Times, размер 12, полуторный интервал). Включение в эссе материалов, не имеющих прямого отношения к теме, а также источников, не указанных в базовом списке литературы (в частности, текстов из Интернета), служит основанием для признания работы не соответствующей требованиям или существенного снижения общей оценки.

Эссе оценивается по следующим критериям:

- самостоятельность выполнения работы, способность аргументировано защищать основные положения и выводы. Эссе, выполненное несамостоятельно, по другим критериям не оценивается;
- соответствие формальным требованиям: структура, наличие списка литературы, сносок, грамотность изложения;
- способность сформулировать проблему;
- уровень освоения темы и изложения материала: обоснованность отбора материала, использование первичных источников, способность самостоятельно осмысливать выявленные факты, логика изложения;
- четкость и содержательность выводов.

Тематика эссе

- I. 1. Факторы, определяющие качество веб-сайта с точки зрения электронного бизнеса.
2. Методика аудита веб-сайта с целью повышения его качества.
3. Связь веб-сайта с внутренними бизнес-процессами.
4. Направления интернет-маркетинга.
5. Проблемы веб-оптимизации.
6. Сравнительная характеристика различных способов продвижения сайтов.
7. Партнерские программы как способ продвижения бизнеса в интернете.
8. Факторы, определяющие роль клиентов с точки зрения электронного бизнеса.
9. Методика оценки ориентированности бизнеса на клиентов с целью повышения конкурентноспособности.
10. Программные решения в развитие клиент-ориентированного электронного бизнеса.
- II. 11. Клиент-ориентированная стратегия развития в условиях электронного бизнеса.
12. Определение CRM и примеры использования CRM.
13. Программное обеспечение систем CRM
14. Применение методологии IDEF в создании и развитие систем электронного бизнеса.
15. Практика применения модели конечных автоматов в проектировании сценариев электронной торговли.
16. Программное обеспечение, поддерживающее моделирование бизнес-процессов
17. Краткая характеристика существующих тиражируемых систем.
18. Особенности внедрения и взаимодействия индивидуальных и «коробочных» решений в условиях развития систем автоматизации учета, планирования, управления и документооборота.
19. Понятие SCM и его особенности в условиях электронного бизнеса.
20. Программное обеспечение взаимоотношений с поставщиками.
21. Оптимизация бизнеса с помощью развития систем SCM
22. Факторы, влияющие на успех стартапа
23. Анализ рисков принятия решений в области разработки и развития систем электронного бизнеса.
24. Примеры успешных проектов в области электронного бизнеса.

Общие требования к презентации:

- Презентация не должна быть меньше 10 слайдов.
- Первый лист - это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; название выпускающей организации; фамилия, имя, отчество автора; вуз, где учится автор проекта и его группа.
- Следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные части (моменты) презентации. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.
- Дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста.
- Презентация не может состоять из сплошного не структурированного текста.
- Последними слайдами урока-презентации должны быть глоссарий и список литературы.

Создание презентации состоит из трех этапов:

I. Планирование презентации - это многошаговая процедура, включающая определение целей, формирование структуры и логики подачи материала. Планирование презентации включает в себя:

1. Определение целей.
2. Определение основной идеи презентации.
3. Подбор дополнительной информации.
4. Планирование выступления.
5. Создание структуры презентации.
6. Проверка логики подачи материала.
7. Подготовка заключения.

II. Разработка презентации - методологические особенности подготовки слайдов презентации, включая вертикальную и горизонтальную логику, содержание и соотношение текстовой и графической информации.

III. Репетиция презентации - это проверка и отладка созданной презентации.

В оформлении презентаций выделяют два блока: оформление слайдов и представление информации на них. Для создания качественной презентации необходимо соблюдать ряд требований, предъявляемых к оформлению данных блоков.

Оформление слайдов:

Стиль	<p>L Соблюдайте единый стиль оформления</p> <p>L Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.</p> <p>Г Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями).</p>
-------	--

Фон	Для фона предпочтительны холодные тона
Использование цвета	Г На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: для фона, один для заголовка, один для текста. Г Для фона и текста используйте контрастные цвета. Г Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).
Анимационные эффекты	L Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде. L Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Представление информации:

Содержание информации	<ul style="list-style-type: none"> • Используйте короткие слова и предложения. • Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных. • Заголовки должны привлекать внимание аудитории.
Расположение информации на странице	<ul style="list-style-type: none"> • Предпочтительно горизонтальное расположение информации. • Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана. • Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.
Шрифты	<ul style="list-style-type: none"> • Для заголовков - не менее 24. • Для информации не менее 18. • Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния. • Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации. • Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание. • Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).
Способы выделения информации	<ul style="list-style-type: none"> • Следует использовать: • рамки; границы, заливку; • штриховку, стрелки; • рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов.
Объем информации	<ul style="list-style-type: none"> • Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений. • Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.
Виды слайдов	Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов: <ul style="list-style-type: none"> • с текстом; • с таблицами;

Тематика презентаций

1. Структура и содержание бизнес-плана
2. Источники финансирования стартапов.
3. Перспективы развития стартапа.
4. Комплекс Интернет-маркетинга. Конвергенция элементов комплекса маркетинга;

5. Основные составляющие электронной коммерции.
6. Принципы функционирования Интернет-экономики.
7. Организация бизнес-процессов в Интернете.
8. Типы систем электронной коммерции и электронного ведения бизнеса.
9. Инфраструктура системы электронной коммерции.
10. Современные системы электронной коммерции.
11. Концепция CRM: основные составляющие, тенденции развития.
12. Определение целей и задач web-сайта. Информационное наполнение web-сайта.
13. Функциональность web-сайта. Интерактивность web-сайта.
14. Структура информации и навигация по web-сайту.
15. Управление разработкой web-сайта предприятия.
16. Содержание интернет-рекламы и ее особенности.
17. Рекламная кампания в Интернет.
18. Методы и средства проведения рекламных кампаний в Интернете.
19. Уровни оценки эффективности интернет-рекламы.
20. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете.
21. Модель потребительского поведения в среде Интернета.
22. Система поддержки потребительского решения в среде Интернета.
23. Общая схема интернет-магазина.
24. Числовые оценки критериев качества интернет-магазина.
25. Основные методы оценки эффективности создания и внедрения бизнес-проектов (интернет-магазинов).
26. Методы оценки эффективности инвестиций, привлекаемых для реализации бизнес-проектов (интернет-магазинов).
27. Методика выбора оптимального бизнес-проекта (интернет-магазина) на основе многоцелевой оптимизации.
28. Маркетинговая информационная система.
29. Организация маркетинговых исследований в Интернете.
30. Инструменты правового регулирования взаимоотношений в электронном бизнесе.
31. Сферы правового регулирования в электронном бизнесе.

5.4.. Требования к написанию курсовых работ.

Написание курсовой работы - важнейший этап процесса освоения дисциплины. Это результат самостоятельного процесса работы студента. Это практически его первый шаг в научное осознание процессов, происходящих в сфере его будущей деятельности.

Работа над курсовой работой начинается с изучения имеющейся по теме специальной литературы, возможных фактов и деятельности фирм, которые будут положены в основу работы. Это дает возможность студенту получить представление о содержании и основных вопросах, для рассмотрения по теме, составить план, определить цель и задачи научно-исследовательской работы.

Структура работы должна включать:

- 1) Титульный лист.
- 2) Содержание.
- 3) Введение.
- 4) Глава 1
- 5) Глава 2
- 6) Глава 3
- 7) Заключение.
- 8) Библиография.
- 9) Приложение.

Объем работы и технические требования: Общий объем работы - 30-40 листов основной части (не включая введение и заключение). Количество использованных источников. содержательной части курсовой обязательно присутствовать ссылки на все источники, приведенные в списке библиографии. Количество сносок - на странице не менее 3х из разных

Требования к форматированию:

- 1) Текст должен быть подготовлен в редакторе Microsoft Word.
- 2) Шрифт - Times New Roman.
- 3) Размер шрифта -14.
- 4) Межстрочный интервал - полуторный.
- 5) Выравнивание заголовков глав (разделов), названий рисунков - по центру.
- 6) Выравнивание основного текста статьи - по ширине поля.
- 7) Абзацный отступ - 1 см.
- 8) Установить автоматическую расстановку переносов.
- 9) Точки в конце названий глав, разделов, подразделов, таблиц и рисунков не ставятся.

10) Параметры страницы: формат листа А4, ориентация листов - книжная. Верхнее и нижнее поля устанавливаются равными 2 см, правое - 1,5 см, левое - 3 см (для автореферата все поля 2 см).

11) Каждый новый раздел реферата (введение, глава, заключение, библиография) печатаются с новой строки. Путем разрыва страницы.

12) Оформление содержания: Абзацный отступ слева: 0 см, справа — 1 см, выступ: 1 см. Выравнивание по левому краю. Интервал перед абзацем: 3 пт, после абзаца — 3 пт. Позиция табуляции: 17 см с выравниванием по правому краю и заполнителем «точки». Основан на стиле Обычный.

В ведении раскрывается, как правило, причина выбора данной темы курсовой. Чем значима она для автора и для общества в целом. Раскрываются цели написанию курсовой работы. Ее прикладная значимость. Характеризуются этапы (задачи) решения поставленной цели. Как правило, одна глава раскрывает решение одной или нескольких задач. Обязательно надо указать предмет курсовой работы, который является совокупность процессов, явлений, отношений, закономерностей, связей, присущих исследуемому объекту и представляющих интерес с точки зрения цели исследования. Кратко характеризуются источники, использованные в курсовой. Дается оценка надежности.

Главы. Основное содержание. Основное содержание, как правило, разделяют на 2-3 главы, согласно логике, раскрываемой Вами темы. В свою очередь каждая из глав может содержать несколько параграфов. В силу ограниченности объемов исследования Вы можете только сравнить или дополнить, изученные до Вас данные. Чтобы понять, что автор курсовой сравнивал существующие в библиографическом списке литературы источники, книги, статьи и т.д., необходимо указывать из какого источника взято то или иное суждение, или тот или иной факт. В конце каждой главы должен быть помещен один обобщающий вывод, в котором раскрывается взаимосвязь названия и её содержание, формируется определённое суждение.

В первой главе, как правило, дается обзор существующих теоретических аспектов. Предполагается исследование проблемы в отечественной литературе и за рубежом. Анализируется их практический опыт, оформленный в теоретические концепции. Студент анализирует мнения по изучаемой проблеме, принадлежащие различным научным школам, различным течениям и направлениям.

Вторая и третья главы включают изложение практических исследований. Описание объекта практического исследования. Скажем, работу какого-либо предприятия, его внутренние и внешние характеристики. А также освещается работа предприятия с точки зрения исследованных в первой главе теоретических аспектов. Описываются процедуры

исследования: наблюдение или эксперимент. Дается краткая характеристика используемых методов исследования. Объясняется их выбор, указывается их значение. Часто в третьей главе разрабатываются рекомендации по решению поставленных задач на практике.

Тематика курсовых работ

- 1 Исследование российского рынка электронной коммерции в категории фармакологических товаров
- 2 Разработка рекомендаций по развитию компании на основе аналитики электронного предприятия на конкретном примере
- 3 Инновационные инструменты привлечения трафика
- 4 Консолидация рынка электронной коммерции. Победит ли маркетплейс остальные бизнес модели?
- 5 Омниканальность или «новый ритейл» - зарождение, существующие примеры и тенденции развития
- 6 Онлайн-мерчандайзинг. Инструменты анализа и развития для производителя и [интернет-магазина](#)
- 7 Развитие экспортного рынка посредством электронной коммерции
8. Электронная торговля.
9. Основы ведения электронного бизнеса.
10. Интернет - технологии в электронном бизнесе.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

**6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
ДИСЦИПЛИНЫ**

6.1. Книгообеспеченность

№ п/п	Название литературы: (автор, название, издательство)	Год издания	Книгообеспеченность	
			печатные издания (кол-во)	Электронные (наименование ресурсов)
1	2	3	4	5
Основная литература				
1	Смирнов, С. Н. Электронный бизнес / Смирнов С.Н., - 2-е изд., (эл.) - Москва :ДМК Пресс, 2018. - 23 с.: ISBN 978-5-93700-064-4.	2018		https://znanium.com/catalog/product/983550
2	Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : монография / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА- М, 2021. — 381 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/monography_5ad4a677581404.52643793.	2021		https://znanium.com/catalog/product/1037922
3	Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 372 с. — (Высшее образование).	2023		
Дополнительная литература				
1	Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645. - ISBN 978-5-16-	2021		https://znanium.com/catalog/product/1659834
2	Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса : учебное пособие / Ю.Д. Романова, Л.П. Дьяконова, Н.А. Женова [и др.]. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 257 с. + Доп. материалы	2021		https://znanium.com/catalog/product/1073931
3	Проблемы создания цифровой экосистемы: правовые и экономические аспекты : монография / МГУ им. М.В. Ломоносова, Университет им. О.Е. Кутафина (МГЮА), Моск. отделение Ассоциации юристов России, Межд. союз юристов и экономистов (Франция) ; Е. Н. Абрамова, А. П. Алексеенко, С. Н. Белова [и др.] ; под общ. ред. В. А. Вайпана, М. А. Егоровой. - Москва : Юстицинформ, 2021. - 276 с. - ISBN 978-5-72051728-1.	2021		https://znanium.com/catalog/product/1481723

6.2. Периодические издания

1. Журнал «КомпьютерПресс» <http://www.compress.ru>
2. Журнал «ComputerWorld Россия» <http://www.osp.ru/cw>
3. Журнал «PC Week / RE (Компьютерная неделя)» <http://www.pcweek.ru>

4. Журнал «Информационное общество» <http://www.infosoc.iis.ru>
5. Журнал «CRN / RE (ИТ-бизнес)» <http://www.crn.ru>

6.3. Интернет-ресурсы

1. www.akm.ru (Информационное агентство)
2. <http://www.edu.ru> - Федеральный образовательный портал
3. <http://msdn.microsoft.com/ru-ru/library/> - каталог API (Microsoft) и справочных материалов
4. <http://economics.edu.ru> - Образовательный портал
5. <http://e.lib.vlsu.ru/> - ЭБС ВлГУ

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы: аудитории, оснащенные мульти-медиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без спец. оборудования.

Компьютерная техника, используемая в учебном процессе, имеет лицензионное программное обеспечение:

- Операционная система семейства MicrosoftWindows.
- Пакет офисных программ MicrosoftOffice.
- Консультант Плюс.

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 20 _____ / 20 _____ учебный года

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на 20 _____ / 20 _____ учебный года

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой

Рабочая программа одобрена на 20 _____ / 20 _____ учебный года

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочую программу дисциплины **ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС**

образовательной программы направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль подготовки

«Информационные технологии в управлении предприятием»

Номер изменения	Внесены изменения в части/разделы рабочей программы	Исполнитель ФИО	Основание (номер и дата протокола заседания кафедры)
1			
2			

Заведующий кафедрой