

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич Автономная некоммерческая организация высшего образования
Должность: Ректор «Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»
Дата подписания: 01.08.2022 09:05:26
Уникальный программный ключ:
a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Электронный бизнес

(наименование дисциплины)

Направление подготовки/Специальность 38.03.06 Торговое дело

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) Торговое дело

2022 г.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы, входные требования для освоения дисциплины (при необходимости)

Дисциплина «Электронный бизнес» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Тема 1. Введение в электронный бизнес.

Тема 2. Электронный бизнес в секторе B2B

Тема 3. Электронный бизнес в секторе B2C

Тема 4. Электронный бизнес в секторе C2C

Тема 5. Электронный бизнес в секторе G2C

Тема 6. Электронные платежные системы. Основы Интернет маркетинга

Тема 7. Системы взаиморасчетов пластиковыми картами

Тема 8. Технологии снижения рисков в Интернете. Перспективы ЭБ.

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Теоретические занятия

Тема 1. Введение в электронный бизнес.

Понятия «электронный бизнес», «электронная коммерция», «интернетбизнес», «интернет-коммерция». Бизнес-процессы и бизнес-операции, использующие электронные средства передачи и обработки информации. История цифровых сетей передачи данных. Новая модель создания стоимости в Интернете. Основные свойства Интернета. Основные компоненты и связи сегмента рынка ЭБ. Динамика бизнес-модели ЭБ. Новые технологии Интернета. Конкурентная и макроэкономическая среда ЭБ.

Тема 2. Электронный бизнес в секторе B2B

Основные типы бизнес-процессов в секторе B2B. Системы управления закупками (e-procurement). Системы полного сопровождения поставщиков SCM. Системы управления продажами (e-distribution). Системы полного цикла сопровождения клиентов CRM. Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace). Многоотраслевые торговые

площадки (e-market). Корпоративные представительства в Интернете. Виртуальные предприятия. Венчурное Интернет-инвестирование.

Тема 3. Электронный бизнес в секторе B2C

Электронные торговые ряды. Интернет-витрины. Интернет-магазины. Интернет-аукционы. Туристический бизнес. Интернет-страхование. Интернет-трейдинг. Интернет-банкинг. Телеработа. Дистанционное образование. Интернет-медицина (электронное здравоохранение). Услуги связи. Игровой бизнес. Платное предоставление информации.

Тема 4. Электронный бизнес в секторе C2C

Интернет-аукционы. Пиринговые системы (peer-to-peer)

Тема 5. Электронный бизнес в секторе G2C

Электронное правительство (e-Government). Структура Интернетпортала электронного правительства. Налоговая отчетность посредством Интернета. Электронные системы государственных закупок. Использование геоинформационных систем (ГИС) в технологиях электронного правительства. Преимущества электронизации государственной деятельности.

Тема 6. Электронные платежные системы. Основы Интернет маркетинга

Определение электронной платежной системы. Классификация платежных систем. Требования к платежным системам. Сравнение платежных инструментов электронного бизнеса. Виды электронных платежных систем. Технология функционирования систем Интернетбанкинга. Интернет-реклама. Продвижение сайта в поисковых системах. Анализ эффективности интернет-рекламы.

Тема 7. Системы взаиморасчетов пластиковыми картами

История возникновения и классификация пластиковых карт. Основные понятия систем расчетов по пластиковым картам. Основные участники и принципы функционирования систем расчетов по пластиковым картам. Технология кредитования в системах расчетов по пластиковым картам. Пластиковые карты в розничной торговле.

Тема 8. Технологии снижения рисков в Интернете. Перспективы ЭБ.

Расчеты по пластиковым картам в Интернете. Дополнительные средства обеспечения безопасности расчетов существующих карточных систем. Технологии микропроцессорных карт (смарт-карт). Системы управления счетом и электронные чеки. Электронные наличные (электронные деньги). Факторы развития электронного бизнеса. ГИС-технологии как основа электронного общества. Перспективы развития электронных платежных систем. Направления развития электронного бизнеса.

Семинарские занятия

Семинарское занятие 1. Экономические предпосылки развития электронного бизнеса.

Понятие электронного бизнеса.

Преимущества электронного бизнеса. Причины перехода в киберпространство: расширение рынка; привлечение внимания; улучшение деловых взаимоотношений; повышение уровня реагирования; новые услуги; снижение затрат; своевременная поставка товаров точно в срок. Виды электронного бизнеса и их краткая характеристика: электронные банки; электронная коммерция; электронные указатели; электронные НИР и ОКР; электронные аукционы; электронные казино; электронные кадровые агентства; электронное обучение;

электронная почта; электронный маркетинг; электронный менеджмент операционных ресурсов; электронный менеджмент поставок; электронные брокерские услуги и др.

Семинарское занятие 2. Технологические основы электронного бизнеса.

Виды доступа к Интернет. Гипертекст. Web-страница, Web-сайт. Адресация в IP сетях. Доменное имя. Протоколы. Браузеры. Службы Интернет. Web-сайт как инструмент электронного бизнеса. Обзор программных средств и стандартов для разработки Web-сайта. Составные элементы Web-сайта. Определение целей и задач сайта. Определение структуры сайта. Навигация по сайту. Основные правила и рекомендации по созданию сайта. Содержание (контент) сайта. Обратная связь. Часто задаваемые вопросы. Общие правила дизайна. Обновление сайта

Семинарское занятие 3. Виды и модели электронной коммерции

Электронная коммерция как один из видов электронного бизнеса. Виды (модели) электронной коммерции. Развитие электронной коммерции в мире и России, Иркутской области. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C). Преимущества и недостатки. Электронные магазины. Налогообложение товаров, продаваемых через Интернет. Влияние на стоимость. Как создать свой электронный магазин. Программные средства для создания электронных магазинов. Краткий обзор. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки. Реализация B2B в корпоративных информационных системах. Электронные торговые площадки. Технологии работы на электронных биржах и торговых площадках. Обзор торговых площадок.

Семинарское занятие 4. Интернет-трейдинг

Понятие электронного фондового рынка, интернет-трейдинга. Технология работы на электронных фондовых рынках. Система электронных биржевых торгов INDX (торговля обязательствами по возврату денег или поставок товара) Интернет-биржа Forexite: заключение сделок, просмотр открытой позиции, прибыли или убытка, добавление депозита и снятие полученной прибыли, использование тренажера для начинающих трейдеров.

Практические занятия

Практическое занятие 1. Модели электронного бизнеса

Модель Интернет бизнеса, модель расширения существующего бизнеса в Интернет, информационная модель. Стандарты электронного бизнеса. Стандарты классификации товаров и услуг. Стандарты UN/EDIFACT и технология XML. Мобильные средства ведения электронного бизнеса.

Практическое занятие 2. Интернет-маркетинг

Применение Интернет в решении маркетинговых задач бизнеса. Маркетинговые технологии Интернет. Роль и значение Web-сайта в маркетинге. Привлечение посетителей на сайт. Индивидуальный маркетинг в Интернет. Прямой маркетинг в Интернет. Реклама в Интернет. Размещение сайта в сети. Реклама и раскрутка сайта.

Практическое занятие 3. Электронный бизнес как расширение сферы предпринимательской деятельности

Основные аспекты планирования, разработки и реализация онлайн-бизнеса. С чего начать? Вопросы, которые необходимо учесть при разработке бизнес-плана. Ключевые факторы успеха. Предотвращение финансовых потерь при переходе к электронному бизнесу. Поиск стратегических возможностей. Матрица стоимости Интернет-бизнеса. Примеры матриц стоимости компаний Анализ бизнеса. Анализ цепочки добавления потребительской стоимости в условиях электронного бизнеса Интернет-экономике. Анализ конкуренции в Интернет.

Оценка готовности перехода компании к электронному бизнесу. Необходимость изменения бизнес-процессов при переходе к электронному бизнесу. Методы реорганизации.

5. Методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся включает усвоение теоретического материала, подготовку к практическим (семинарским) занятиям, выполнение самостоятельных заданий, в том числе изучение литературных источников, использование Internet-данных, изучение нормативно-правовой базы, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

Вопросы для самоконтроля

1. Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса.
2. Виды электронного бизнеса и их краткая характеристика.
3. Модели электронного бизнеса.
4. Стандарты электронного бизнеса.
5. Стандарты классификации товаров и услуг.
6. Мобильные средства ведения электронного бизнеса.
7. Виды доступа к Интернет.
8. Программные средства и стандарты для разработки Web-сайта.
9. Электронный бизнес и электронная коммерция. Составляющие электронной коммерции.
10. Принципы функционирования Интернет-экономики.
11. Организация бизнес-процессов.
12. Инфраструктура системы электронной коммерции.
13. Современные системы электронной коммерции.
14. Web-сайт как инструмент электронного бизнеса.
15. Правовые нормы ведения электронного бизнеса в России.

6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1 Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-9 - готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-5 (ПК-9). Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	<i>умеет</i>
	РО-1 ИД-5 (ПК-1) находить поставщиков и потребителей через Интернет, осуществлять покупки и продажи через электронные магазины и торговые площадки;
	РО-2 ИД-5 (ПК-2) осуществлять электронные платежи через Интернет;
	РО-3 ИД-5 (ПК-2) разрабатывать бизнес-план по созданию собственного электронного бизнеса, оценивать готовность и затраты компании для перехода к электронному ведению бизнеса; РО-4 ИД-5 (ПК-2) внедрять технологии электронного бизнеса в деятельность предприятия;
	<i>владеет</i>
	РО-5 ИД-5 (ПК-2) навыками работы с основными объектами, явлениями и процессами, связанными с информационными системами в электронном бизнесе;

6.2. Перечень оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой задания для выполнения обучающимся, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью. Включают в себя задания для текущего контроля уровня успеваемости, оценивающие ход освоения обучающимися дисциплины, и задания для промежуточной аттестации обучающихся, обеспечивающие оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

Примерные задания для проведения текущего контроля успеваемости

Темы докладов (сообщений)

1. Основные понятия: электронный бизнес и электронная коммерция.
2. Виды электронного бизнеса. Анализ наиболее перспективных направлений в России и за рубежом.
3. Этапы развития электронного бизнеса в России.
4. Перспективы развития электронного бизнеса в России.
5. Анализ различных групп пользователей в России.
6. Ведущие провайдеры в России: функции и отличия.
7. История автоматизации государственных служб в мире.
8. Частота, место и цель использования Интернет различными целевыми группами пользователей в США.
9. Частота, место и цель использования Интернет различными целевыми группами пользователей в Европе.
10. Особенности использования Интернета различными целевыми группами пользователей в Китае и Индии.
11. Программа Электронная Россия: этапы развития.
12. Особенности функций электронного правительства в России.
13. Особенности внедрения Интернет-технологий в систему российского образования.
14. Программа электронизации в США.
15. Программа электронизации в Великобритании.
16. Программа электронизации в Германии.
17. Программа электронизации в Индии.
18. Программа электронизации в Китае.
19. Отражение рекомендаций международных организаций в законодательстве на примере 2-3 стран.
20. Проблемы электронной коммерции при вступлении России в ВТО.
21. Проблемные вопросы электронной коммерции в мировом законодательстве.
22. Авторское право в электронной коммерции. Особенности законодательства в различных зарубежных странах.
23. Международные технические стандарты Интернет-технологий.
24. Типовые решения в электронном бизнесе.
25. Стандарты для безопасности электронной коммерции.
26. Технологический аудит.

27. Безопасность проекта в электронном бизнесе. Основные стандарты безопасности.
28. Технология группового проектирования Интернет-сайта.
29. Электронные предприятия, специализирующиеся на продуктах и услугах для организации электронного бизнеса.
30. Услуги хостинга.
31. Туристический бизнес в Интернет.
32. Интернет-страхование.
33. Аукционы и конкурсы в Интернет.
34. Интернет-рекрутинг.
35. Сервисы связи и организации общения.
36. Интернет-инкубаторы.
37. Методы привлечения посетителей на сайт предприятия.
38. Методы формирования и анализа целевой аудитории предприятия.
39. Методы позиционирования предприятия на глобальном рынке.
40. Аудитория Интернет. Методы исследования аудитории Интернет. Целевая аудитория.
41. Особенности коммуникации через Интернет
42. Особенности групповой работы в Интернет
43. Место отдела Интернет-маркетинга в компании. Круг задач отдела Интернет-маркетинга в компании
44. Схемы коммуникаций в Интернет-маркетинге
45. Типы целей компании в Интернет
46. Определение типов целей, соответствующих стратегии компании
47. Достижимость целевой группы и достижимость коммуникации. Виды коммуникаций, которые невозможно перенести в Интернет.
48. Связь между типами целей компании и схемой коммуникации в Интернет.
49. Инструменты сайта в зависимости от выбранного типа цели
50. Методика определения целевой аудитории и поиска ее в Интернет.
51. Взаимосвязь целевой аудитории и типа рекламной кампании, используемых рекламных инструментов
52. Медийная реклама, виды, особенности, возможности использования
53. Контекстная реклама, виды, особенности, возможности использования
54. Реклама в рассылках, виды, особенности, возможности использования
55. Оптимизация сайта для поисковых систем
56. Вирусный маркетинг
57. Роль «малых» видов рекламы и связей с общественностью в рекламной компании.
58. Связь использования различных видов рекламы и типа целевой аудитории
59. Методы медиапланирования в Интернет. Прецедентное медиапланирование (по известным результатам размещения рекламы на площадках), аудиторное медиапланирование
60. Таргетинг рекламы, виды таргетинга
61. Системы управления рекламой
62. Технологические методы измерений в Интернет: лог-файлы, счетчики
63. Методы опросов через Интернет, панельные исследования

64. Методика анализа эффективности рекламы в Интернет
65. Анализ эффективности маркетинга в Интернет.

Примерные задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Список экзаменационных вопросов

РО-1 ИД-5 (ПК-9) умеет находить поставщиков и потребителей через Интернет, осуществлять покупки и продажи через электронные магазины и торговые площадки;

РО-2 ИД-5 (ПК-9) умеет осуществлять электронные платежи через Интернет;

РО-3 ИД-5 (ПК-9) умеет разрабатывать бизнес-план по созданию собственного электронного бизнеса, оценивать готовность и затраты компании для перехода к электронному ведению бизнеса;

РО-4 ИД-5 (ПК-9) умеет внедрять технологии электронного бизнеса в деятельность предприятия;

РО-5 ИД-5 (ПК-9) владеет навыками работы с основными объектами, явлениями и процессами, связанными с информационными системами в электронном бизнесе.

1. Особенности экономики постиндустриального общества
2. Понятие «электронный бизнес»
3. Понятие «электронная коммерция»
4. Понятие «интернет-бизнес»
5. Понятие «интернет-коммерция»
6. Типовой закон UNCITRAL об электронной торговле
7. Бизнес-процессы и бизнес-операции, использующие электронные средства передачи и
 1. обработки информации
 8. История цифровых сетей передачи данных
 9. Внутренняя инфраструктура Интернета
 10. Новая модель создания стоимости в Интернете - сеть добавления стоимости
 11. Основные сегменты (profit sites) сети создания стоимости в Интернете
 12. Основные свойства Интернета
 13. Конкурентная и макроэкономическая среда ЭБ
 14. Основные типы бизнес-процессов в секторе B2B
 15. Системы управления закупками (e-procurement)
 16. Системы полного сопровождения поставщиков SCM
 17. Системы управления продажами (e-distribution)
 18. Системы полного цикла сопровождения клиентов CRM
 19. Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace)
 20. Корпоративные представительства в Интернете
 21. Виртуальные предприятия
 22. Венчурное Интернет-инвестирование
 23. Электронные торговые ряды
 24. Интернет-медицина (электронное здравоохранение)
 25. Платное предоставление информации
 26. Электронное правительство (e-Government)

27. Налоговая отчетность посредством Интернета
28. Электронные системы государственных закупок
29. Классификация платежных систем
30. Требования к платежным системам
31. Сравнение платежных инструментов электронного бизнеса
32. Технология функционирования систем Интернет-банкинга
33. Направления развития услуг Интернет-банкинга
34. Интернет-реклама
35. Продвижение сайта в поисковых системах: Рейтинги и каталоги
36. Продвижение сайта в поисковых системах: Баннерная реклама
37. E-mail реклама
38. История возникновения и классификация пластиковых карт
39. Основные понятия систем расчетов по пластиковым картам
40. Основные участники и принципы функционирования систем расчетов по пластиковым картам
41. Технология кредитования в системах расчетов по пластиковым картам
42. Пластиковые карты в розничной торговле
43. Расчеты по пластиковым картам в Интернете
44. Дополнительные средства обеспечения безопасности расчетов существующих карточных систем
45. Технологии микропроцессорных карт (смарт-карт)
46. Системы управления счетом и электронные чеки
47. Электронные наличные (электронные деньги)
48. Факторы развития электронного бизнеса
49. ГИС-технологии как основа электронного общества.

6.3. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется шкала оценивания, включающая следующие оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Экзамен. Критерии выставления оценок

Знания обучающихся оцениваются путем выставления по результатам ответа обучающегося итоговой оценки «отлично», либо «хорошо», либо «удовлетворительно», либо «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» при приеме экзамена выставляется в случае:

- полного, правильного и уверенного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов билета;
- уверенного владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом учебной дисциплины;
- логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;

- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» при приеме экзамена выставляется в случае:

- недостаточной полноты изложения обучающимся учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по, как минимум, одному вопросу билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при использовании в ходе ответа отдельных понятий и категорий дисциплины;
- нарушения обучающимся логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала по отдельным вопросам билета, недостаточного умения обучающегося устанавливать и проследить причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся слабой аргументации, наличия у обучающегося недостаточно логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при ответе на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «хорошо».

Оценка «удовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по любому из вопросов билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по как минимум одному из вопросов билета;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущении обучающимся ошибок при использовании в ходе ответа основных понятий и категорий учебной дисциплины;
- существенного нарушения обучающимся или отсутствия у обучающегося логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала, неумения обучающегося устанавливать и проследить причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- отсутствия у обучающегося аргументации, логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- невозможности обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «удовлетворительно».

Оценка «неудовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- скрытое или явное использование обучающимся при подготовке к ответу нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;
- невладения обучающимся понятиями и категориями данной дисциплины;
- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя;

Любой из указанных недостатков или их совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «неудовлетворительно».

Обучающийся имеет право отказаться от ответа по выбранному билету с указанием, либо без указания причин и взять другой билет. При этом с учетом приведенных выше критериев оценка обучающемуся должна быть выставлена на один балл ниже заслуживаемой им.

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающемуся в случае:

- необходимости конкретизации и изложенной обучающимся информации по вопросам билета с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;
- необходимости проверки знаний обучающегося по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета

7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. Кобелев, О. А. Электронная коммерция : учебное пособие / О. А. Кобелев ; под ред. С. В. Пирогова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 684 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496127> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01738-4. – Текст : электронный.

2. Кудряшов, А. А. Электронный бизнес : учебное пособие / А. А. Кудряшов. — Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2017. — 175 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75426.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная:

1. Смирнов, С. Н. Электронный бизнес / С. Н. Смирнов. — 2-е изд. — Москва : ДМК Пресс, 2018. — 236 с. — ISBN 978-5-93700-064-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89627.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. — Москва : СОЛОН-ПРЕСС, 2017. — 592 с. — ISBN 978-5-91359-065-7. — Текст :

электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90290.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS
3. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф
Профессиональные базы данных в составе СПС Консультант:
- Законодательство Санкт-Петербурга и Ленинградской области
- Международное право

9. Лицензионное программное обеспечение

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016
- Moodle 3.8.2.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);
 - учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;
 - учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;
 - помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);
 - библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния

здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.