

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: Автономная некоммерческая организация высшего образования
ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич **«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»**
Должность: Ректор
Дата подписания: 27.07.2022 11:59:18
Уникальный программный ключ:
a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Электронный бизнес

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) Управление предпринимательскими структурами

2022 г.

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

Дисциплина «Электронный бизнес» относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Введение в электронный бизнес

Тема 2. Основные формы присутствия компаний в Интернете

Тема 3. Платежные системы

Тема 4. Электронный брендинг и маркетинг

Тема 5. Электронные торги, государственные закупки

Тема 6. Государственные услуги для электронного бизнеса

Тема 7. Мобильный электронный бизнес

Тема 8. Электронный бизнес в социальных сетях

Тема 9. Информационная безопасность электронного бизнеса

Тема 10. Перспективы развития электронного бизнеса

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

Лекция 1. Тема 1. Введение в электронный бизнес

История всемирной сети Интернет. Пакетная коммутация. Межсетевой протокол. История всемирной паутины. Развитие Интернета и www. В общих чертах об электронной коммерции и электронном бизнесе.

Лекция 2. Тема 2. Основные формы присутствия компаний в Интернете

Основные особенности коммерческой деятельности в среде Интернет. Электронная визитная карточка. Электронный каталог. Электронный магазин и электронный киоск. Торговые Интернет-системы. Управление контентом и документами в компаниях электронного бизнеса.

Лекция 3. Тема 3. Платежные системы

Понятие платежной системы. Принципы платежной системы. Классификация платежных систем. Электронная платежная система. Правовой режим банковского счета.

Лекция 4. Тема 4. Электронный брендинг и маркетинг

Имидж продукта и его инновационное развитие. Рекламная идея, функциональная и имиджевая реклама, основные условия эффективной рекламы. Понятие бренда. Трейд-маркинг, брендинг, рестайлинг, ребрендинг, ко-брендинг. Маркетинг и блоггинг. Основные особенности маркетинга в электронной среде.

Лекция 5. Тема 5. Электронные торги, государственные закупки

Понятие электронной торговой площадки, ее регламент, основные функции и услуги. Электронные биржи. Механизм электронных аукционов. Процедуры участия в электронных торгах. Размещение госзаказа и проведение госзакупок.

Лекция 6. Тема 6. Государственные услуги для электронного бизнеса

Портал государственных услуг, основные виды государственных услуг для бизнеса. Основные принципы организации системы предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде. Особенности взаимодействия компаний электронного бизнеса с государством.

Лекция 7. Тема 7. Мобильный электронный бизнес

Понятие мобильного контента. Мобильные сервисы и приложения. Основные тенденции и особенности мобильного электронного бизнеса. Мобильные платежи. Мобильный маркетинг и реклама. Рынок мобильных товаров и услуг.

Лекция 8. Тема 8. Электронный бизнес в социальных сетях

Основные понятия и виды социальных сетей. Социальное программное обеспечение. Бизнес-коммуникации. Особенности социальных сетей для бизнеса, их основные услуги. Деятельность компаний электронного бизнеса в социальных сетях.

Лекция 9. Тема 9. Информационная безопасность электронного бизнеса

Защита информации и информационная безопасность в сфере электронного бизнеса. ГОСТ Р ИСО/МЭК «Критерии оценки безопасности информационных технологий - 15408». Стандарты менеджмента информационной безопасности серии 27000.

Лекция 10. Тема 10. Перспективы развития электронного бизнеса

Возможности и преимущества электронного бизнеса и коммерции. Конкурентный подход: электронный бизнес как ключевой фактор успеха на современном рынке. Особенности информационного решения для электронного бизнеса и коммерции.

Практические занятия

Тема 2. Основные формы присутствия компаний в Интернете

Задание.

1. Опишите модель «пять сил» Майкла Портера и ее особенности в условиях интернет-экономики.
2. Электронный бизнес как направление конкурентной борьбы.

3. Применение методологии системы сбалансированных показателей к построению стратегии развития ИКТ на предприятии.
4. Финансовая и клиентская составляющие ССП в условиях электронного бизнеса.
5. Составляющие внутренних бизнес-процессов и персонала в ССП в условиях электронного бизнеса
6. Факторы, определяющие качество веб-сайта с точки зрения электронного бизнеса.
7. Методика аудита веб-сайта с целью повышения его качества.
8. Связь веб-сайта с внутренними бизнес-процессами.

Задание. Ознакомьтесь с возможностями использования электронного бизнеса в различных отраслях и сферах экономики России и Санкт-Петербурга. Опишите направления бизнеса, в которых применяется электронный бизнес, модель электронного бизнеса, способ реализации модели электронного бизнеса.

Тема 3. Информационная безопасность электронного бизнеса

Задание

1. Программное обеспечение, поддерживающее моделирование бизнес-процессов
2. Краткая характеристика существующих тиражируемых систем.
3. Особенности внедрения и взаимодействия индивидуальных и «коробочных» решений в условиях развития систем автоматизации учета, планирования, управления и документооборота.
4. Понятие SCM и его особенности в условиях электронного бизнеса.
5. Программное обеспечение взаимоотношений с поставщиками.
6. Оптимизация бизнеса с помощью развития систем SCM
7. Факторы, влияющие на успех стартапа
8. Анализ рисков принятия решений в области разработки и развития систем электронного бизнеса.
9. Примеры успешных проектов в области электронного бизнеса.
10. Структура и содержание бизнес-плана
11. Источники финансирования стартапов.
12. Перспективы развития стартапа

Тема 5. Электронные торги, государственные закупки

Задание. Дополните таблицу своими примерами и проведите краткий анализ предложенных электронных торговых площадок в Рунете.

Отрасль	Электронная торговая площадка	Тип рынка	Модель организации рынка
Энергетика	www.b2b-energo.ru		
	Свой пример		
Сельское хозяйство	www.idk.ru		
	Свой пример		
Продукты питания	http://foodruss.ru/		
	Свой пример		
Машиностроение	www.promnavigator.ru		
	Свой пример		

Упаковка	www.unipack.ru		
	Свой пример		
Многоотраслевая	www.usetender.com		
	Свой пример		
	Свой пример		

Задание. Ознакомьтесь с предложенным списком электронных торговых площадок, обеспечивающих госзакупки в России. Дополните каждую группу сайтов 1-2 примерами и дайте краткое описание структуры и контента сайтов (заполните таблицу).

Сайт	Электронный адрес	Структура (основные блоки)	Описание контента (новости, документы, каталоги и т.д.)
Официальный сайт по госзакупкам РФ	www.zakupki.gov.ru		
	Свой пример		
Официальные сайты субъектов РФ для размещения информации о размещении заказов	www.tender.mos.ru		
	www.altai-republic.ru		
	www.mineconom.ru		
	www.gz-spb.ru		
Свой пример			
Официальные сайты муниципальных образований	www.kurgan-city.ru		
	www.budgorod.ru		
	www.vlc.ru/links.htm		
	Свой пример		
Самостоятельные сайты по госзакупкам	www.bob.ru , www.gostorgi.ru		
	Свой пример		
Сайты, на которых проводятся электронные аукционы	www.goszkaznso.ru		
	www.agzrt.ru		
	Свой пример		
Сайты, на которых проводятся запросы котировок	www.gz-spb.ru www.set.cuban.ru		
	Свой пример		

Тема 10. Перспективы развития электронного бизнеса

Задание.

1. Направления интернет-маркетинга.
2. Проблемы веб-оптимизации.
3. Сравнительная характеристика различных способов продвижения сайтов.

4. Партнерские программы как способ продвижения бизнеса в интернете.
5. Факторы, определяющие роль клиентов с точки зрения электронного бизнеса.
6. Методика оценки ориентированности бизнеса на клиентов с целью повышения конкурентноспособности.
7. Программные решения в развитие клиент-ориентированного электронного бизнеса.
8. Клиент-ориентированная стратегия развития в условиях электронного бизнеса.
9. Определение CRM и примеры использования CRM.
10. Программное обеспечение систем CRM
11. Применение методологии IDEF в создании и развитие систем электронного бизнеса.
12. Практика применения модели конечных автоматов в проектировании сценариев электронной торговли.

Семинарские занятия

Занятие 1. Введение в электронный бизнес

Вопросы для обсуждения

1. Создание и современное состояние сети Интернет.
2. Электронная коммерция.
3. Электронный бизнес.

Занятие 2. Основные формы присутствия компаний в Интернете

Вопросы для обсуждения

1. Особенности коммерческой деятельности в сети Интернет.
2. Электронный каталог.
3. Торговые Интернет-системы.

Занятие 3. Платежные системы

Вопросы для обсуждения

1. Понятие и принципы платежной системы.
2. Электронные платежные системы.
3. Правовой режим банковского счета.

Занятие 4. Электронный брендинг и маркетинг

Вопросы для обсуждения

1. Особенности электронного брендинга.
2. Особенности электронного маркетинга.

Занятие 5. Электронные торги, государственные закупки

Вопросы для обсуждения

1. Электронные торги.
2. Государственные закупки.

Занятие 6. Государственные услуги для электронного бизнеса

Вопросы для обсуждения

1. Портал государственных услуг.
2. Предоставление государственных и муниципальных услуг в электронном виде.
3. Взаимодействие компаний электронного бизнеса с государством.

Занятие 7. Мобильный электронный бизнес. Электронный бизнес в социальных сетях

Вопросы для обсуждения

1. Мобильный электронный бизнес.
2. Электронный бизнес в социальных сетях.
3. Примеры деятельности компаний электронного бизнеса в социальных сетях.
4. Новые рыночные возможности и новые бизнес-модели в сфере электронного бизнеса.

Занятие 8. Информационная безопасность электронного бизнеса. Перспективы развития электронного бизнеса

Вопросы для обсуждения

1. Информационная безопасность электронного бизнеса.
2. Вопросы стандартизации информационной безопасности электронного бизнеса.
3. Перспективы развития электронного бизнеса.

Примерные темы дискуссий:

1. Основные понятия: электронный бизнес и электронная коммерция.
2. Виды электронного бизнеса. Анализ наиболее перспективных направлений в России и за рубежом.
3. Туристический бизнес в сети Интернет.
4. Интернет-страхование.
5. Аукционы и конкурсы в сети Интернет.
6. Интернет-рекрутинг.
7. Мобильный контент.
8. Маркетинг и блоггинг.

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, изучение литературных источников, использование Internet-данных, изучение нормативно-правовой базы, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

Вопросы для самоконтроля

1. Этапы развития электронного бизнеса в России.
2. Перспективы развития электронного бизнеса в России.
3. Анализ различных групп пользователей в России.
4. Ведущие провайдеры в России: функции и отличия.
5. История автоматизации государственных служб в мире.
6. Частота, место и цель использования Интернет различными целевыми группами пользователей в США.
7. Частота, место и цель использования Интернет различными целевыми группами пользователей в Европе.
8. Особенности использования Интернета различными целевыми группами пользователей в Китае и Индии.
9. Программа Электронная Россия: этапы развития.
10. Особенности функций электронного правительства в России.
11. Особенности внедрения Интернет-технологий в систему российского образования.

12. Программа электронизации в США.
13. Программа электронизации в Великобритании.
14. Программа электронизации в Германии.
15. Программа электронизации в Индии.
16. Программа электронизации в Китае.
17. Отражение рекомендаций международных организаций в законодательстве на примере 2-3 стран.
18. Проблемы электронной коммерции при вступлении России в ВТО.
19. Проблемные вопросы электронной коммерции в мировом законодательстве.
20. Авторское право в электронной коммерции. Особенности законодательства в различных зарубежных странах.
21. Международные технические стандарты Интернет-технологий.
22. Типовые решения в электронном бизнесе.
23. Стандарты для безопасности электронной коммерции.
24. Технологический аудит.
25. Безопасность проекта в электронном бизнесе. Основные стандарты безопасности.
26. Технология группового проектирования Интернет-сайта.
27. Электронные предприятия, специализирующиеся на продуктах и услугах для организации электронного бизнеса.
28. Услуги хостинга.
29. Сервисы связи и организации общения.
30. Интернет-инкубаторы.
31. Методы привлечения посетителей на сайт предприятия.
32. Методы формирования и анализа целевой аудитории предприятия.
33. Методы позиционирования предприятия на глобальном рынке.
34. Аудитория Интернет. Методы исследования аудитории Интернет. Целевая аудитория.

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

6.1 Планируемые результаты обучения, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

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

ПК-17 – способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

Код и формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-17 – способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Знает: современные информационные технологии, предназначенные для решения аналитических и исследовательских задач в профессиональной деятельности; сущность и особенности электронного бизнеса; основные формы присутствия компаний в Интернете; сущность платежных систем, электронного брендинга и маркетинга, электронных торгов, государственных закупок; сущность государственных услуг для электронного бизнеса; сущность мобильного электронного бизнеса, электронного бизнеса в социальных сетях; основы информационной безопасности электронного бизнеса; основные перспективы развития электронного бизнеса
	Умеет: работать с современными информационными технологиями, предназначенными для решения аналитических и исследовательских задач в профессиональной деятельности; пользоваться программными продуктами, предназначенными для подобной работы, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели в сфере электронного бизнеса
	Владеет: навыками применения современных информационных технологий при решении конкретных профессиональных задач в сфере электронного бизнеса

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. Преимущества ведения электронного бизнеса в рамках одной организации.
2. Направления и эффективность бизнеса вокруг Интернета.
3. Направления и эффективность бизнеса на Интернете.
4. Развитие электронного франчайзинга.
5. Электронное страхование.
6. Новые виды коммерческих операций, поддерживаемых технологиями компьютерных сетей.
7. Сетевая экономика как среда электронного бизнеса.
8. Эволюция электронного бизнеса.
9. Влияние электронной коммерции на деловой мир.
10. Факторы, обуславливающие развитие электронной коммерции.
11. Электронная торговля как составная часть электронной коммерции. 12. Основные звенья электронной торговли.
12. Технология частичной электронной коммерции.
13. Технология полной электронной коммерции.
14. Система электронной коммерции B2B. Принципы построения и функционирования.
15. Система электронной коммерции B2C. Принципы построения и функционирования.
16. Тенденции развития систем бизнес-государство и государство- потребитель.
17. Бизнес- модели присутствия в сети.
18. Сравнительная характеристика Интернет-порталов и корпоративных порталов.
19. Электронные рынки.
20. Электронные закупки.
21. Электронная дистрибуция.
22. Реорганизация бизнес - процесса (Business Process Reengineering).
23. Технология электронного аукциона.
24. Модели организации виртуальных торговых площадок.
25. Виртуальные супермаркеты.

26. Европейский форум электронного бизнеса (ЕЕМА).
27. Формирование рейтингов в сети (на примере электронных магазинов, порталов и т.д.).
28. Многомерные электронные аукционы.
29. Электронные тендеры, (тендерные торги).
30. Российские компании электронного бизнеса.

Примерные задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Список вопросов к зачету

ПК-17 Знать

1. Информационное общество, краткая характеристика
2. Сущность и особенности сетевой экономики.
3. Инфокоммуникации, как основа сетевой экономики.
4. Законы К.Келли.
5. Сущность и особенности электронного бизнеса.
6. Тенденции и закономерности развития электронного бизнеса.
7. Электронные, квазиэлектронные и виртуальные предприятия.
8. Революционный и эволюционный пути развития электронного бизнеса.
9. Ключевые проблемы электронного бизнеса и пути их решения.
10. Информационно-справочные системы. Особенности и сферы применения.
11. Дистанционное обучение. Особенности и сферы применения.
12. Телеработа. Особенности и сферы применения.
13. Электронные финансовые структуры. Особенности и сферы применения.
14. Сущность и особенности электронной коммерции.
15. Классификация сегментов электронной коммерции.
16. Электронные платежные системы. Достоинства и недостатки.
17. Инфокоммуникационная инфраструктура электронного предприятия.
18. Телекоммуникационная платформа электронного предприятия.
19. Проблема «последней мили» и пути ее решения.
20. Сетевая платформа электронного предприятия.
21. Программные средства создания и управления фронт-офисом.
22. Программные средства бэк-офиса.
23. Безопасность электронного бизнеса. Методы защиты информации.
24. Правовые аспекты электронного бизнеса.

Тест

ПК-17 Уметь

1. К какому виду Интернет-аукциона относится данное утверждение: «Используется открытый формат предложений. Продавец назначает начальную цену, далее покупатели вступают в конкретную борьбу. Побеждает тот, кто на момент окончания аукционной борьбы предложил наивысшую цену?»

- a. Аукцион одновременного предложения
- b. Стандартный аукцион
- c. Голландский аукцион
- d. Аукцион закрытых предложений
- e. Двойной аукцион

2. Какая из категорий покупателей обычно посещают сайты известных и заслуживающих доверия продавцов. Они больше всего удовлетворены электронной коммерцией и проводят больше всех времени в сети?

- a. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)
- b. «Brand Loyalists» (любители известных марок)
- c. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)
- d. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)
- e. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)
- f. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)

3. Какая из категорий покупателей покупают в сети из-за удобства и для экономии времени?

- a. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)
- b. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)
- c. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)
- d. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)
- e. «Brand Loyalists» (любители известных марок)
- f. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)

4. Для чего создаются дискуссионные листы?

- a. Предназначены для определенной целевой аудитории
- b. Для рассылки индивидуальных писем
- c. Для обмена информацией или обсуждения вопросов по выбранной теме, принимать участие могут все желающие

5. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие сколько-нибудь значительных трудностей в распространении товаров среди достаточно большой аудитории покупателей (потребителей)»?

- a. Модель Интернет – экономики
- b. Модель традиционной экономики

6. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей»?

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет – экономики

7. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей»?

- a. Модель Интернет – экономики
- b. Модель традиционной экономики

8. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Наличие проблемы обеспечения сохранности электронных денег у покупателей, что обуславливается надежностью принятой к использованию безналичной платежной системы»?

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет – экономики

9. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Привлечение капитала усложнено из-за необходимого строгого обоснования его последующего использования посредством разработки бизнес-плана»?
- Модель традиционной экономики
 - Модель Интернет – экономики
10. Какой модели экономики относится данное утверждение: «Эффективность функционирования электронного магазина обнаруживается в течении нескольких месяцев их эксплуатации»?
- Модель традиционной экономики
 - Модель Интернет-экономики
11. Перечислите стадии, проходимые потенциальным покупателем?
- Предпочтение
 - Знание
 - Убеждение
 - Покупка
12. «Размещение тестово-графических рекламных материалов на контекстных площадках», какой вид Интернет-рекламы характеризует данное утверждение?
- Медийная реклама
 - Всплывающие (pop-up) окна и spyware
 - Контекстная реклама
 - Поисковая реклама
 - Геоконтекстная реклама
 - Спам
 - Вирусная реклама
 - Индивидуальные письма
 - Рассылки подписчикам
 - Продакт-плейсмент в онлайн играх
13. Составляющими электронного бизнеса является?
- Электронная коммерция
 - Составляющими электронного бизнеса являются оба варианта
 - Не один из вариантов не является составляющим электронного бизнеса
 - Комплексная автоматизация деятельности предприятия
14. Какие существуют виды доставки товаров (услуг) купленных в интернет-магазине?
- Почта
 - Электронная почта
 - Не один из перечисленных
 - Предоставление доступа к информационным услугам или каналам связи; импорт («скачивание»)
 - Собственная служба доставки
 - Все перечисленные
15. B2G - это модель взаимодействия?
- Бизнес-государство
 - Потребитель-бизнес

- c. Бизнес-бизнес
- d. Бизнес-потребитель
- e. Потребитель-государство
- f. Потребитель-потребитель

16. К каким способам раскрутки сайта относится данное утверждение: «Используя данные способы, вы сможете очень быстро получить результат, который, к сожалению, оказывается весьма недолгим.»?

- a. Черным способам раскрутки
- b. Серым способам раскрутки
- c. Белым способам раскрутки

17. «Вид рекламы чаще всего встречается в мобильных телефонах с учетом местоположения пользователя, а также реклама на веб-картах», какой вид Интернет-рекламы характеризует данное утверждение?

- a. Геоконтекстная реклама
- b. Рассылки подписчикам
- c. Спам
- d. Вирусная реклама
- e. Индивидуальные письма
- f. Контекстная реклама
- g. Продакт-плейсмент в онлайн играх
- h. Медийная реклама
- i. Поисковая реклама
- j. Всплывающие окна

18. К какому виду интернет-аукциона относится данное утверждение: «Покупатель или продавец делают секретные предложения в течение установленного времени. Победитель покупает товар по цене, которая предшествует максимальной?»

- a. Аукцион одновременного предложения
- b. Аукцион закрытых предложений
- c. Голландский аукцион
- d. Двойной аукцион
- e. Стандартный аукцион

19. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Возможность оперативного посещения сети центров виртуальной торговли весьма упрощен, использования электронных средств навигации, исключая необходимость физического посещения?»

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет-экономики

20. C2C – это модель взаимодействия?

- a. Потребитель-потребитель
- b. Бизнес-потребитель
- c. Потребитель-государство
- d. Бизнес-государство
- e. Бизнес-бизнес
- f. Потребитель-бизнес

21. Какая из категорий покупателей характеризуется как в основном люди около тридцати, женатые, имеющие детей. Они постоянные посетители сайтов, представляющих услуги по сравнению?

- a. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)
- b. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)
- c. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)
- d. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)
- e. «Brand Loyalists» (любители известных марок)
- f. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)

22. C2B – это модель взаимодействия?

- a. Потребитель-потребитель
- b. Бизнес-потребитель
- c. Потребитель-государство
- d. Бизнес-государство
- e. Бизнес-бизнес
- f. Потребитель-бизнес

Практические задания

ПК-17 Владеть

Задание 1. Внесите в таблицу Интернет значение определений

Значение	Обозначение
Корпоративные web – сайты	
Интернет-магазины	
Промо-сайты	
Вертикальные интернет-порталы	
Сайты иностранных государств	
Электронные торговые системы	
Информационные сайты	

Задание 2. Вы собираетесь в срочную командировку. Проезд только поездом. Билетов пока нет. Сидя дома, вы отслеживаете информацию через портал РЖД о состоянии продаж-покупок билетов. Можете ли вы купить на проходящий поезд билет, который только что появился в продаже? Если да, то как это можно сделать?

Задание 3. Виды электронных платежных систем.

Выберите одну из популярных российских платежных систем (www.webmoney.ru, www.paycash.ru, www.cyberplat.com, www.paybot.com, www.cashew.ru, www.imbs.com/protokol.htm, www.grado.ru, www.telebank.ru) или другую платежную систему. Охарактеризуйте ее по следующим критериям:

- характеристика банка;
- виды платежных инструментов (кредитные карты, электронные кошельки и т.д.);
- схемы оплаты с использованием кредитных карт, электронных кошельков;
- перечень услуг для физических и юридических лиц;
- тарифы основных видов услуг;
- алгоритм открытия счета.

Характеристику представьте в виде блок-схемы или ментальной карты. По завершении задания проведите мини-презентацию электронных платежных систем и выберите ТОП-5 для использования юридическими лицами.

6.3. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется шкала оценивания, включающая следующие оценки: «зачтено», «не зачтено».

Зачет. Критерии выставления оценок

Допуск к зачету осуществляется на основании посещаемости обучающимся аудиторных занятий и успешном освоении материалов дисциплины.

Знания обучающихся оцениваются путем выставления по результатам ответа обучающегося итоговой оценки «зачтено», либо «не зачтено».

Оценка «зачтено» при приеме зачета выставляется в случае:

- полного и правильного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов;
- самостоятельной подготовки обучающегося к ответу в установленные для этого сроки, исключающей использование нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;
- владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом;
- 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;
- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам;
- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «зачтено» может быть выставлена также при соблюдении вышеперечисленных требований в основном, без существенных ошибок и пробелов при изложении обучающимся учебного материала, приведении ссылок на нормативно-правовые акты, а также на их отдельные принципиально значимые положения.

Оценка «не зачтено» при приеме зачета выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;
- невозможности изложения обучающимся учебного материала по одному или всем вопросам;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по одному или всем вопросам;
- невладения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом;
- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков может служить основанием для выставления обучающемуся оценки «не зачтено».

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающимся в случаях:

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

При проведении промежуточной аттестации в форме тестирования с использованием шкалы, включающей оценки «зачтено», «не зачтено», оценивание результата проводится следующим образом:

«Зачтено» обучающиеся получают в том случае, если верные ответы составляют от 50% до 100% от общего количества

«Не зачтено» обучающиеся получают в том случае, если верные ответы на тест составляют менее 50 %.

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

Основная литература:

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.

Дополнительная литература:

1. Гарипова, Г.Р. Информационная поддержка логистических бизнес-процессов : учебное пособие : [16+] / Г.Р. Гарипова, А.И. Шинкевич, М.В. Леонова. – Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2018. – 144 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500853> – Библиогр.: с. 139-140. – ISBN 978-5-7882-2387-2. – Текст : электронный.

2. Крахоткина, Е.В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования : учебное пособие / Е.В. Крахоткина ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2016. – 129 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459069> – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

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
4. <http://www.garant.ru> – ГАРАНТ: [Информационно-правовой портал]
5. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф
Профессиональные базы данных в составе СПС Консультант:

9. Лицензионное программное обеспечение

- Dr.Web Desktop Security Suite (Комплексная защита)
- 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 проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);
- специальные помещения для проведения занятий по дисциплине (в т.ч. лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности);
- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;
- 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.