

**АННОТАЦИЯ  
РАБОЧЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС  
38.03.05 "Бизнес-информатика"**

**1. Наименование дисциплины**

«Электронный бизнес»

**Содержание дисциплины**

**Тема 1. Введение в электронный бизнес**

Понятия «электронный бизнес», «электронная коммерция», «электронное предприятие». Организационные принципы электронного предприятия. Виды электронного бизнеса. Интернет как среда ведения предпринимательской деятельности. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Основопологающие факторы, влияющие на развитие технологий электронного бизнеса (правовые, общеэкономические, инфраструктурные, управленческие). Преимущества использования электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции.

**Тема 2. Планирование и организация электронного бизнеса**

Особенности архитектуры электронного предприятия. Деформации модели архитектуры предприятия Захмана при ее применении к моделированию электронного предприятия. Описание бизнес-архитектуры предприятия в таблице Захмана. Содержание описания ИТ-архитектуры (документы; правила бизнеса; база данных).

Планирование электронного бизнеса. Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент». Бизнес-модели и направления электронного бизнеса: целевая установка, критерии успеха, целевая аудитория, требования и приоритеты, партнерства, финансы. Контент-модель: определения, источники данных, иерархия, презентация, позиционирование, ведение. Менеджмент-модель: процессы (отбор, разработка, импорт, хранение, измерения, поддержка), предпринимательские принципы, директивы, роли, степени ответственности. Тенденции развития программной, аппаратной и организационной инфраструктуры электронных предприятий.

**Тема 3. Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий**

Классификации бизнес-моделей электронной коммерции.

Классификация Раппы: бизнес-модели в интернете (посредническая модель; рекламная модель; модель инфопосредника; модель продавца; модель производителя / модель прямого доступа; партнерская модель; модель сообщества, модель подписки; практическая модель).

Классификация Эпплгейт: новые модели для менеджеров (специализированные дистрибьюторские модели; модели портала; модели поставщика; модели поставщиков инфраструктуры).

Классификация Уэйла и Витейла: атомарные бизнес-модели (контент-провайдер; непосредственная работа с клиентом; поставщик набора услуг; посредник; общая инфраструктура; интегратор ценностной сети; виртуальное сообщество; целое предприятие).

Классификация Microsoft.

Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам (матрица B2C2G). Классификация бизнес-моделей по степени интеграции в электронный бизнес: модель интранета (модель B0); модель визитной карточки (модель B1); модель электронного заказа (модель B2); модель полной автоматизации (модель B3); модель аутсорсинга (модель B4).

Торгово-закупочные B2B системы. Системы управления закупками (e-procurement). Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM – системы). Системы управления продажами (e-distribution). Системы полного цикла сопровождения потребителей (eCRM-системы).

Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи. Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (e-market).

#### **Тема 4. Позиционирование электронного предприятия**

##### **на глобальном рынке**

Типы корпоративных представительств и рекомендации по их использованию. Корпоративный портал. Сайт-визитка, презентационный сайт. Интернет-витрина. Интернет-магазин. Внешний коммуникативный канал. Типовой вариант сайта Интернет-магазина. Торговые ряды. Комплексы программных средств для реализации Интернет-проекта. Разработка проекта сайта, основные этапы. Системы управления контентом. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах. Выбор хостинга (виртуальный хостинг, виртуальный выделенный сервер, выделенный сервер, колокация).

#### **Тема 5. Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет**

Маркетинг и реклама на электронном рынке. Роль маркетинга в построении эффективной бизнес-модели. Методика определения целевой аудитории и поиска ее в Интернет. Критерии сегментации: социально-демографические характеристики, психографические характеристики, поведенческие характеристики, географические характеристики. Взаимосвязь целевой аудитории и типа рекламной кампании, используемых рекламных

инструментов. Ценовые модели размещения рекламы в Интернет - фиксированная оплата (Flat Fee Advertising), оплата по количеству показов рекламы (CPM), оплата по количеству переходов (CPC), оплата по количеству посетителей (CPV) и т.д. Медийная реклама. Медиаметрические исследования в Интернет. Методы оценки эффективности маркетинга и рекламы в Интернет. Медиапланирование и создание рекламной кампании. Выбор площадок для размещения рекламы.

#### **Тема 6. Технологическая модель электронного предприятия**

Технологическая модель: архитектура, платформа, инструменты, приложения. Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса. Коммуникационная платформа предприятия электронного бизнеса. Модели организации коммуникационной платформы. Структура информационной платформы электронных предприятий. Модели реализации информационной платформы предприятия электронного бизнеса.

#### **Тема 7. Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса**

Правовые аспекты организации предприятий электронного бизнеса. Понятие электронного документа и электронно-цифровой подписи. Аутентификация контрагентов на основе технологии электронной цифровой подписи. Сертификационные центры. Российское законодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнес-организаций: заключение в электронном виде договоров, оформление электронных счетов-фактур, сдача в электронном виде налоговой отчетности. Разрешение споров в электронной коммерции. Платежные системы. Основные функции платежных систем. Денежные расчеты в сети. Классификация платежей и платежных систем. Системы расчетов, работающие с реальными деньгами. Системы расчетов, использующие электронную валюту (цифровые деньги).

#### **Тема 8. Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса**

Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса. Особенности инвестирования электронных предприятий. Интернет-инкубаторы и венчурные фонды. Структура затрат предприятий электронного бизнеса. Доходная часть предприятий электронного бизнеса.

Основные экономические показатели эффективности деятельности.

#### **Тема 9. Информационная безопасность электронного бизнеса**

Информационные риски предприятий электронного бизнеса. Информационная безопасность и защита информации в сфере электронного бизнеса. Стандарты

менеджмента информационной безопасности серии 27000. ГОСТ Р ИСО/МЭК 15408. Критерии оценки безопасности информационных технологий.

#### **Тема 10. Перспективы развития электронного бизнеса**

Перспективы развития электронного бизнеса. Перспективы развития электронных платежных систем. Основные факторы развития систем электронного бизнеса. Построение электронного общества. Развитие ГИС-технологий – основы построения электронного общества. Основные направления развития систем электронного бизнеса между различными секторами экономики.