

**Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования  
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финансовый университет)**

**Новороссийский филиал Финуниверситета**

**Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»**

СОГЛАСОВАНО:  
Генеральный директор  
ООО «Научно-производственное  
объединение «НОВОТЕСТ СИСТЕМЫ»»  
  
А.В. Козырь  
«29» августа 2019 г.



**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор Новороссийского  
филиала Финуниверситета  
  
Е.Н. Сейфиева  
«19» августа 2019 г.



**Д.В. Тимшина**

## **ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС**

**Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению

38.03.05 «Бизнес-информатика»

Профиль «ИТ-менеджмент в бизнесе»

заочная форма обучения

*Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала Финуниверситета  
протокол № 14 от «29» августа 2019 г.*

*Одобрено кафедрой «Информатика, математика и общегуманитарные науки»  
протокол № 01 от «27» августа 2019 г.*

Новороссийск 2019

**Д.В. Тимшина. Электронный бизнес.** Рабочая программа дисциплины предназначена для обучающихся по направлению 38.03.05 «Бизнес-информатика», профиль «ИТ-менеджмент в бизнесе» (заочная форма обучения) – Новороссийск: Новороссийский филиал Финуниверситета, кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки», 2019. – 49 с.

Рабочая программа дисциплины содержит требования к результатам освоения дисциплины, содержание дисциплины, тематику семинарских занятий и технологии их проведения, формы самостоятельной работы, контрольные вопросы и систему оценивания, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

## СОДЕРЖАНИЕ

|   |    |
|---|----|
| 1. Наименование дисциплины .....  | 4  |
| 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине .....  | 4  |
| 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....   | 8  |
| 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся .....   | 8  |
| 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий .....   | 8  |
| 5.1. Содержание дисциплины .....  | 8  |
| 5.2. Учебно-тематический план .....   | 13 |
| 5.3. Содержание семинаров, практических занятий .....   | 15 |
| 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....   | 17 |
| 6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы .....  | 17 |
| 6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю (согласно таблице 2) .....  | 19 |
| 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....   | 32 |
| 8. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины .....   | 41 |
| 9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины .....  | 43 |
| 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины ....   | 43 |
| 11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) ..... | 48 |
| 11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения .....   | 48 |
| 11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы .....  | 48 |
| 11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации .....   | 48 |
| 12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....   | 48 |

## 1. Наименование дисциплины

«Электронный бизнес»

## 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Дисциплина «Электронный бизнес» по направлению 38.03.05 «Бизнес-информатика» профиль «ИТ-менеджмент в бизнесе» обеспечивает формирование следующих компетенций: ПК-6, ПК-10, ПК-15, ПК-16, ПК-22, ПКП-4

| Код компетенции | Наименование компетенции   | Индикатор достижения компетенции | Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции  |
|-----------------|--|----------------------------------|--|
| ПК-6            | Управление контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов) | -                                | <b>Знать:</b><br>- способы и методы управления контентом электронного предприятия и Интернет-ресурсов;<br>- процессы управления жизненным циклом контента электронного предприятия;<br>- методы управления процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов) электронного бизнеса.<br><b>Уметь:</b><br>- управлять процессами жизненного цикла контента электронного предприятия и Интернет-ресурсов;<br>- управлять процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов) электронного бизнеса.<br><b>Владеть:</b><br>- методами управления процессами жизненного цикла контента и Интернет-ресурсов в электронном бизнесе;<br>- методами управления процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов) в электронном бизнесе;<br>- навыками работы с ИТ-решениями, обеспечивающими поддержку процедур управления контентом электронного предприятия. |
| ПК-10           | умение позиционировать электронное   | -                                | <b>Знать:</b><br>- методы позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке;   |

|       |  |   |   |
|-------|--|---|---|
|       | <p>предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- методики определения целевой аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями;</li> <li>- методы организации продаж в среде Интернет.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке;</li> <li>- применять методики определения целевой аудитории и осуществлять взаимодействие с потребителями;</li> <li>- применять методы организации продаж в среде Интернет.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке;</li> <li>- методиками определения целевой аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями;</li> <li>- методами организации продаж в среде Интернет.</li> </ul>   |
| ПК-15 | <p>Умение проектировать архитектуру электронного предприятия</p>   | - | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы функционального подхода к моделированию предприятия и управлению;</li> <li>- основы процессного подхода к моделированию предприятия и управлению;</li> <li>- основные характеристики и свойства бизнес- процессов организации, их структуризации, принципов описания и моделирования бизнес-процессов электронного предприятия;</li> <li>- стандарты, языки и программный инструментарий для моделирования и описания бизнес-процессов электронного предприятия и их информационного обеспечения;</li> <li>- этапы реализации ИТ- архитектуры электронного предприятия;</li> <li>- основы построения процесс-модели электронного предприятия.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять процессный подход для моделирования и описания прикладных процессов и их информационного обеспечения;</li> <li>- проводить моделирование и описание бизнес-процессов электронного предприятия в контексте его архитектуры.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструментальными средствами для моделирования и описания бизнес-процессов</li> </ul> |

|              |   |   |  |
|--------------|---|---|--|
|              |   |   | <p>организации и их информационного обеспечения;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками позиционирования бизнес-процессов в контексте архитектуры предприятия по процессным и информационным связям.</li> </ul>   |
| <b>ПК-16</b> | <p>Умение разрабатывать контент и ИТ-сервисы предприятия и Интернет-ресурсов</p>                                | - | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виды контента информационных ресурсов электронных предприятий и Интернет-ресурсов;</li> <li>- методы разработки контента электронных предприятий и Интернет-ресурсов;</li> <li>- методы разработки ИТ-сервисов предприятий электронного бизнеса.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать контент электронных предприятий и Интернет-ресурсы;</li> <li>- разрабатывать ИТ-сервисы электронных предприятий.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами разработки контента организации и Интернет-ресурсов;</li> <li>- методами разработки ИТ-сервисов организации.</li> </ul> |
| <b>ПК-22</b> | <p>Умение консультировать заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонент</p> | - | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методики создания и развития электронных предприятий и их компонент.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методику создания и развития электронных предприятий и их компонент;</li> <li>- консультировать заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонент.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методиками создания и развития электронных предприятий и их компонент.</li> </ul>  |
| <b>ПКП-4</b> | <p>Способность организовать процесс управления изменениями информационной среды организации</p>                 | - | <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие электронный бизнес;</li> <li>- современные методов и средства защиты информации электронных предприятий;</li> <li>- организацию процесса управления изменениями ИТ-инфраструктуры предприятия электронного бизнеса.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие электронный бизнес;</li> </ul>  |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять современные методы и средства защиты информации электронных предприятий;</li> <li>- организовать процесс управления изменениями ИТ-инфраструктуры предприятия электронного бизнеса.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современными методами и средствами защиты информации электронных предприятий;</li> <li>- способностью организации процесса управления изменениями ИТ-инфраструктуры предприятия электронного бизнеса.</li> </ul> |
|--|--|--|

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Электронный бизнес» относится к модулю профиля.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Набор 2017 г., заочная форма обучения

Таблица 1

| Вид учебной работы по дисциплине                        | Всего (в з/ед. и часах) | Семестр (модуль) 8 (в часах) |
|---|-------------------------|------------------------------|
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>                    | 5 зач. ед. / 180 час    | 8 семестр<br>180 час         |
| <i>Контактная работа</i> -<br><i>Аудиторные занятия</i> | 16                      | 16                           |
| <i>Лекции</i>   | 4                       | 4                            |
| <i>Семинары, практические занятия</i>                   | 12                      | 12                           |
| <i>Самостоятельная работа</i>                           | 164                     | 164                          |
| Вид текущего контроля                                   | контрольная работа      | контрольная работа           |
| Вид промежуточной аттестации                            | экзамен                 | экзамен                      |

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

#### 5.1. 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. Основополагающие 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; практичная 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 В1); модель электронного заказа (модель В2); модель полной автоматизации (модель В3); модель аутсорсинга (модель В4).

Торгово-закупочные В2В 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.

## 5.2. Учебно-тематический план

Набор 2017 года, заочная форма обучения

Таблица 2

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины                                       | Трудоемкость в часах |                   |        |          |                                |                        | Формы текущего контроля успеваемости  |
|-------|--|----------------------|-------------------|--------|----------|--------------------------------|------------------------|---|
|       |  | Всего                | Аудиторная работа |        |          |                                | Самостоятельная работа |   |
|       |  |                      | Общая             | Лекции | Семинары | Занятия в интерактивных формах |                        |   |
| 1     | Введение в электронный бизнес  | 12                   | 1                 | 1      | 0        | 0                              | 11                     | Опрос.  |
| 2     | Планирование и организация электронного бизнеса                              | 20                   | 3                 | 1      | 2        | 2                              | 17                     | Опрос.<br>Дискуссия.<br>Обсуждение.   |
| 3     | Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий               | 20                   | 4                 | 2      | 2        | 2                              | 16                     | Опрос.<br>Дискуссия.<br>Обсуждение.   |
| 4     | Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке                | 20                   | 2                 | 0      | 2        | 1                              | 18                     | Ситуационные и практические задачи. Разбор практико-ориентированных примеров. |
| 5     | Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет | 20                   | 2                 | 0      | 2        | 1                              | 18                     | Обсуждение.<br>Ситуационные и практические задачи.                            |
| 6     | Технологическая модель электронного предприятия                              | 20                   | 2                 | 0      | 2        | 1                              | 18                     | Обсуждение.<br>Ситуационные и практические задачи.                            |
| 7     | Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса     | 16                   | 0                 | 0      | 0        | 0                              | 16                     | Опрос.  |
| 8     | Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса              | 20                   | 2                 | 0      | 2        | 1                              | 18                     | Опрос.<br>Дискуссия.<br>Обсуждение.<br>Разбор практико-                       |

|       |  |     |    |   |    |          |     |                           |
|-------|--|-----|----|---|----|----------|-----|---------------------------|
|       |  |     |    |   |    |          |     | ориентированных примеров. |
| 9     | Информационная безопасность электронного бизнеса | 16  | 0  | 0 | 0  | 0        | 16  | Опрос.                    |
| 10    | Перспективы развития электронного бизнеса        | 16  | 0  | 0 | 0  | 0        | 16  | Опрос.                    |
| Итого |  | 180 | 16 | 4 | 12 | 8<br>50% | 164 |                           |

### 5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

| Наименование тем (разделов) дисциплины                                    | Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)  | Формы проведения занятий  |
|---|--|---|
| Тема 2.<br>Планирование и организация электронного бизнеса                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Перечислите организационные принципы электронного предприятия.</li> <li>2. Чем вызвана деформация модели архитектуры предприятия Захмана при ее применении к моделированию электронного предприятия?</li> <li>3. Какие слои выделяют в системной архитектуре электронного предприятия?</li> <li>4. Что такое внешняя модель БД?</li> <li>5. Что такое концептуальная модель БД?</li> <li>6. Раскройте содержание этапов реализации ИТ-архитектуры электронного предприятия.</li> <li>7. На какие слои по функциональному назначению приложений подразделяют системную архитектуру электронного предприятия?</li> <li>8. Чем представлен бэк-офис в ИТ-архитектуре электронного предприятия?</li> <li>9. Чем представлен фронт-офис в ИТ-архитектуре электронного предприятия?</li> </ol> <p><b>Раздел 8:</b> [16, 17, 19, 20]<br/><b>Раздел 9:</b> [3, 5, 7]</p> | Опрос.<br>Дискуссия.<br>Обсуждение.<br>Планирование и организация электронного бизнеса.<br>Матрица Захмана. |
| Тема 3.<br>Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Раскройте назначение основных элементов бизнес-модели.</li> <li>2. Как можно измерить критерии успеха?</li> <li>3. Что такое целевая аудитория?</li> <li>4. Опишите главные элементы менеджмент-модели</li> </ol> <p><b>Раздел 8:</b> [16-20]<br/><b>Раздел 9:</b> [3, 5, 7]</p>   | Групповые дискуссии.<br>Обсуждение  |
| Тема 4.<br>Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое корпоративный портал?</li> <li>2. Что такое сайт-визитка, презентационный сайт?</li> <li>3. Чем интернет-витрина отличается от интернет-магазина?</li> <li>4. Какие программные средства могут быть использованы для реализации интернет-проекта?</li> <li>5. Опишите основные этапы разработки проекта сайта.</li> </ol> <p><b>Раздел 8:</b> [16-20]<br/><b>Раздел 9:</b> [3, 5, 7]</p>   | Дискуссия.<br>Обсуждение.<br>Ситуационные и практические задачи.  |
| Тема 5.<br>Формирование потребительской аудитории и                       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Опишите методику определения целевой аудитории.</li> <li>2. Назовите критерии сегментации. Приведите примеры.</li> </ol>   | Опрос.<br>Дискуссия.<br>Обсуждение.<br>Разбор   |

|   |   |  |
|---|---|--|
| организация продаж в среде Интернет                                     | <p>3. Какие ценовые модели размещения рекламы в Интернет вы знаете?</p> <p>4. Методы оценки эффективности маркетинга и рекламы в Интернет.</p> <p><b>Раздел 8:</b> [16, 17, 19, 20]</p> <p><b>Раздел 9:</b> [3, 5, 7]</p>   | практико-ориентированных примеров.                                     |
| Тема 6. Технологическая модель электронного предприятия                 | <p>1. Какие модели входят в состав процесс-модели «Бизнес – Контент – Менеджмент»?</p> <p>2. Из каких компонентов состоит технологическая модель электронного предприятия?</p> <p>3. Назовите главные задачи технологической модели? В чем их смысл?</p> <p>4. Какие категории инструментов используются для электронного решения?</p> <p><b>Раздел 8:</b> [16, 17, 19, 20]</p> <p><b>Раздел 9:</b> [3, 5, 7]</p> | Обсуждение. Ситуационные и практические задачи                         |
| Тема 8. Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса | <p>1 Как определяется чистая прибыль?</p> <p>2 Что такое NPV? Как определить этот показатель?</p> <p>3 Что такое рентабельность инвестиций?</p> <p>4 Что такое рентабельность продаж?</p> <p>5 Что такое рентабельность издержек?</p> <p><b>Раздел 8:</b> [16, 17, 19, 20]</p> <p><b>Раздел 9:</b> [3, 5, 7]</p>  | Опрос. Дискуссия. Обсуждение. Разбор практико-ориентированных примеров |

Для подготовки к экзамену по теме 7 используются источники раздела 8: [1, 2, 5, 6, 8, 9]; по теме 9 – источники раздела 8: [3, 4, 10, 12-15, 19, 20]; по теме 10 используются источники раздела 8: [11, 19, 20].

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 4

| Наименование тем (разделов) дисциплины                         | Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение   | Формы внеаудиторной самостоятельной работы   |
|--|--|--|
| Введение в электронный бизнес                                  | <p><b>Преимущества и выгоды электронного бизнеса:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) решение проблемы расстояний</li> <li>б) предоставление конкурентных преимуществ на мировом рынке для средних и малых предприятий</li> <li>в) повышение объема налоговых отчислений в бюджет государства</li> <li>г) существенное сокращение затрат (транзакционных издержек) на проведение маркетинга и торговых операций</li> </ul> | Изучение материалов по теме из разделов основной и дополнительной литературы, интернет-источников, нормативно-правовых актов, подготовка к экзамену.   |
| Планирование и организация электронного бизнеса                | <p><b>Для какого варианта реализации модели электронной торговли характерна интеграция с корпоративной информационной системой компании:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) веб-витрины</li> <li>б) торговые интернет-системы</li> <li>в) интернет-магазины</li> <li>г) торговые концентраторы.</li> </ul>  | Изучение материалов по теме из разделов основной и дополнительной литературы, интернет-источников, нормативно-правовых актов, подготовка к экзамену.   |
| Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий | <p><b>Главными элементами бизнес-модели являются:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) Указательные вехи</li> <li>б) Финансы</li> <li>в) Требования и приоритеты</li> <li>г) Партнерства</li> <li>д) Целевая установка</li> <li>е) Целевая аудитория</li> <li>ж) Критерии успеха</li> <li>з) Формулирование содержания и функций.</li> </ul>  | Изучение материалов по теме из разделов основной и дополнительной литературы, интернет-источников, нормативно-правовых актов, выполнение контрольной работы, подготовка к семинарским занятиям и экзамену. |

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p>Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке</p>                | <p><b>Варианты реализации модели В2С:</b><br/> а) веб-витрины<br/> б) торговые интернет-системы<br/> в) интернет-магазины<br/> г) торговые концентраторы.<br/> д) торговые интернет-склады.</p>   | <p>Изучение материалов по теме из разделов основной и дополнительной литературы, интернет-источников, нормативно-правовых актов, подготовка к экзамену.</p>   |
| <p>Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет</p> | <p><b>Какой из показателей эффективности рекламной компании определяется соотношением количества кликов на рекламное объявление (баннер) к числу его показов и отображается в процентах:</b><br/> а) CPC<br/> б) ADImpressions<br/> в) CTR<br/> г) ADExposure<br/> д) CPE.</p>  | <p>Изучение материалов по теме из разделов основной и дополнительной литературы, интернет-источников, нормативно-правовых актов, подготовка к экзамену.</p>   |
| <p>Технологическая модель электронного предприятия</p>                              | <p><b>Какие компоненты входят в технологическую модель при проектировании электронного предприятия:</b><br/> а) архитектура<br/> б) платформа<br/> в) инструменты<br/> г) приложения<br/> д) база данных.</p>   | <p>Изучение материалов по теме из разделов основной и дополнительной литературы, интернет-источников, нормативно-правовых актов, выполнение контрольной работы, подготовка к семинарским занятиям и экзамену.</p> |
| <p>Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса</p>     | <p><b>Все разновидности сделок, заключаемых между компаниями и правительственными организациями, включает в себя модель:</b><br/> а) B2B<br/> б) E2E<br/> в) C2A<br/> г) B2A.</p>   | <p>Изучение материалов по теме из разделов основной и дополнительной литературы, интернет-источников, нормативно-правовых актов, выполнение контрольной работы, подготовка к семинарским занятиям и экзамену.</p> |
| <p>Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса</p>              | <p><b>Главными элементами менеджмент-модели являются:</b><br/> а) Подходы      б) Директивы<br/> в) Процессы<br/> г) Формулирование содержания и функций<br/> д) Профили требований, новые профессии<br/> е) Партнерства<br/> ж) Целевая аудитория<br/> з) Критерии успеха.</p> | <p>Изучение материалов по теме из разделов основной и дополнительной литературы, интернет-источников, нормативно-правовых актов, выполнение контрольной работы, подготовка к семинарским занятиям и экзамену</p>  |

|  |   |  |
|--|---|--|
| Информационная безопасность электронного бизнеса | <b>Полная анонимность платежа обеспечивается в...</b><br>а) системах открытого обмена<br>б) системах на основе ЭЦП<br>в) системах, использующих шифрование обмена<br>г) системах, использующих электронные деньги.                                      | Изучение материалов по теме из разделов основной и дополнительной литературы, интернет-источников, нормативно-правовых актов, подготовка к экзамену. |
| Перспективы развития электронного бизнеса        | <b>Концепция «бизнес – контент – менеджмент» состоит из самостоятельных, но тем не менее зависящих друг от друга моделей:</b><br>а) контент-модель<br>б) бизнес-модель<br>в) менеджмент-модель<br>г) технологическая модель<br>д) архитектурная модель. | Изучение материалов по теме из разделов основной и дополнительной литературы, интернет-источников, нормативно-правовых актов, подготовка к экзамену. |

## 6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

### Примеры заданий контрольной работы

#### Задание 1. Тема «Оценка эффективности интернет-рекламы»

1. В соответствии с вариантом бизнеса (возможное направление электронного бизнеса: электронная коммерция; информационно-справочные системы; дистанционные методы работы и обучения; электронные финансовые структуры и т.д.) определить сферу деятельности компании-рекламодателя и исходные данные для медиаплана.

2. Найти информацию о найденных web-издателях, их услугах и ценах.

3. Осуществить выбор оптимального web-издателя и провести оценку эффективности рекламной компании.

#### *Рекомендации*

1. Используя поисковые системы Интернет необходимо найти не менее трех фирм, предлагающих услуги размещения рекламы у себя на сайте (web-издатели). Для упрощения поиска можно воспользоваться следующими интернет-каталогами:

- <http://prportal.ru/>
- <http://catalog.mnogo.ru/catalog/>

2. Занести в табл. 1.1 информацию о web-издателях, их услугах и ценах.

Таблица 1.1

Информация о web-издателях, их услугах и ценах

| Web-издатель | Сфера деятельности | Показатели посещаемости | Стоимость (СРТ или СРМ) |
|--------------|--------------------|-------------------------|-------------------------|
| 1            |                    |                         |                         |
| 2            |                    |                         |                         |
| 3            |                    |                         |                         |

3. Осуществить выбор web-издателя и модель размещения рекламы.

4. Разработать в табличном редакторе MS Excel программу (или составить и отладить программу на любом языке программирования), позволяющую рассчитать показатели эффективности рекламной компании и занести их в таблицу 1.2. Привести листинг программы.

Пример расчета показателей эффективности рекламной компании приведен в таблице 1.2.

Таблица 1.2

Показатели эффективности рекламной компании

| Показатель                                      | Значение       | Примечание   |
|---|----------------|--|
| Затраты   | 30000          | Общая стоимость рекламной кампании                                     |
| CTR<br>(click-through rate - кликабельность)    | 0,02           | CTR (кол-во кликов к числу показов) = число кликов/ число показов*100% |
| ADImperssions                                   | 50000          | Кол-во загрузок страницы с баннером (число показов)                    |
| ADExposure                                      | 35000          | Сколько раз фактически была показана реклама (70% от ADImperssions)    |
| CPE<br>(cost per exposure - стоимость 1 показа) | 0,857          | (стоимость 1 показа) = затраты/ ADExposure                             |
| ADFrequency                                     | 1,666666<br>67 | Среднее кол-во показов одному пользователю = ADImperssions/ ADReach    |
| ADReach   | 30000          | (рекламный охват) число хостов   |

|   |                |  |
|---|----------------|--|
| (рекламный охват) число хостов  |                |  |
| CPAW<br>(cost per aware user - во сколько обошелся каждый чел, запомнивший рекламу) | 57,69230<br>77 | (во сколько обошелся каждый чел, запомнивший рекламу) = затраты/ (65% * число уникальных посещений с издателя) |
| CPC (cost per click)  | 30             | (cost per click)   |
| CPV (cost per visit)  | 37,5           | (cost per visit)   |
| CPA (cost per action)   | 600            | (cost per action)  |
| CTB (click-to-buy - конверсия посетителей в покупатели)                             | 0,0625         | Совершили интересующие действия/ число уник. пос. с изд.*100%  |
| CPO (cost per order)  | 1000           | Средняя стоимость заказа (и оплаченные, и неоплаченные)  |
| CPS (cost per sale)   | 1500           | Только для оплаченных заказов  |

Ниже приведены алгоритмы расчета показателей:

**CTR** (кол-во кликов к числу показов) = число кликов/ число показов\*100%;

**CTR** (Click Through Ratio) — соотношение количества кликов на рекламное объявление (баннер) к числу его показов. Отображается в процентах.

**PR** (PageRank) — числовой параметр в диапазоне от 0 до 10, который определяет «авторитетность» страницы в поисковой системе Google. Чем больше качественных, тематических ссылок на страницу, тем «авторитетнее» она становится. Также следует отметить, что «вес» страницы «а» определяется весом ссылки, которая передается от страницы «В». То есть PageRank — метод предназначенный для вычисления веса страницы при помощи подсчета важности ссылок на нее. Pagerank не единственный, однако важный способ определения положения позиции сайта в результатах поиска в Google.

**ADImpressions** (кол-во загрузок страницы с баннером) = число показов;

**ADExposure** (сколько раз фактически была показана реклама) = 0,7\*ADImpressions;

**CPE** (cost per exposure) = затраты/ ADExposure;

**ADFrequency** (среднее количество показов одному пользователю) = ADImpressions/ ADReach;

**ADReach** = число хостов;

**CPAW** (во сколько обошелся каждый, запомнивший рекламу) = затраты/ (65%\*число уникальных посещений с издателя);

**CPC** (cost per click) = затраты/ число кликов;

**CPV** (cost per visit) = затраты/ число уникальных посещений с издателя;

**CPA** (cost per action) = затраты /совершили интересующие действия;

**CTB** (click-to-buy) = совершили интересующие действия/ число уникальных посещений с изд.\*100%;

**CPO** (cost per order) = затраты/ оформили заказ;

**CPS** (cost per sale) = затраты/ совершили покупку.

***Задание 2. Тема: «Проектирование предприятия электронного бизнеса. Разработка финансового плана»***

1. Используя результаты работ семинарских занятий и задания 1 данной контрольной работы, разработать бизнес-проект в сфере электронного бизнеса по выбранной тематике и описать в соответствии с процесс-моделью «бизнес-контент-менеджмент».

2. Подготовить презентацию по итогам контрольной работы.

**1) Определение сферы электронного бизнеса**

Выбрать возможное направление электронного бизнеса:

- Электронная коммерция;
- Информационно-справочные системы;
- Дистанционные методы работы и обучения;
- Электронные финансовые структуры.

При выборе сферы бизнеса необходимо соблюдение следующих требований:

- Оригинальность бизнес-идеи;
- Потенциальная возможность реализации проекта;
- Понимание технологии создания электронного предприятия и алгоритма его функционирования.

**2) Описание бизнес-проекта.** Описание бизнес-проекта проводить в соответствии со структурой процесс-модели «бизнес-контент-менеджмент».

**I. Бизнес-модель** (использовать результаты работы семинарского занятия № 1).

В бизнес-модели главное внимание уделяется ориентированию клиентов и/или пользователей в запланированном электронном бизнес-решении. Здесь на первый план выходят следующие определения: ясные целевые установки, конкретная целевая аудитория, приоритеты проекта, критерии его успеха и т.д.

- **Бизнес-идея:** сфера бизнеса, подробное описание предлагаемого товара/услуги. Обоснование популярности выбранного сегмента бизнеса подтвердить данными поисковых запросов потребителей (например, через <http://wordstat.yandex.ru>, <http://adstat.rambler.ru>, <https://adwords.google.com>, <http://google.ru/insights/search/#>). Указать источники получения прибыли.

- **Целевая установка:** описывает предпринимательскую мотивацию и выгоды проекта, а также его позиционирование по отношению к другим проектам (снижение издержек производства или системы доставки товаров, увеличение числа клиентов или улучшение их обслуживания, построение системы управления знаниями, оптимизация взаимоотношений с бизнес-партнерами и т.д.).

- **Критерии успеха:** что является главным показателем успеха (увеличение оборота, повышение рентабельности, снижение издержек, удовлетворенность клиентов, популярность торговой марки и т.п.)? Как можно количественно оценить эти показатели?

- **Целевая аудитория:** на кого (бизнес-партнеров, рекламодателей, конечных потребителей товаров и услуг, собственных сотрудников) нацелено данное решение? Указать соответствующие сегменты (география, социальный статус, поведенческие характеристики и т.п.).

- **Конкурентная среда:** перечень основных (не менее трех) конкурентов (с указанием web-адресов), их сравнительный анализ, позиционирование бизнес-проекта по отношению к проектам конкурентов. Ценовая стратегия по отношению к конкурентам.

Сравнительный анализ конкурентов занести в таблицы. Для проведения анализа использовать результаты работы семинарского занятия № 3. Сравнение по характеристикам сайта проводить по 5-ти балльной шкале (минимум – 0, максимум – 5). Набор характеристик может быть дополнен в связи со спецификой конкретного проекта. Каждая оценка должна быть кратко пояснена перед или после таблицы.

Сравнение по организационно-экономическим показателям предполагает использование бинарной системы оценки (да, нет) и указание абсолютных значений (для посещаемости ресурса). Посещаемость можно определить, например, по данным rambler top100. Набор источников получения прибыли определить исходя из направления бизнеса.

Более подробную информацию о конкурентах можно получить, используя сервисы: <http://www.be1.ru/services/stat/>, <http://top100.rambler.ru/top100>, <http://www.be1.ru/services/stat/>, <http://2ip.ru/site-statistics>, <http://www.compete.com>

Таблица 2.1

Сравнительный анализ по характеристикам сайта

| <b>Характеристика</b>              | <b>Конкурент 1</b> | <b>Конкурент 2</b> | <b>...</b> | <b>Конкурент n</b> |
|------------------------------------|--------------------|--------------------|------------|--------------------|
| Дизайн страниц                     |                    |                    |            |                    |
| Удобство использования (usability) |                    |                    |            |                    |
| Структура и навигация              |                    |                    |            |                    |
| Время загрузки страниц             |                    |                    |            |                    |
| Полнота контента                   |                    |                    |            |                    |
| Наличие обратной связи             |                    |                    |            |                    |

Таблица 2.2

Сравнительный анализ по организационно-экономическим показателям

| <b>Характеристика</b>       | <b>Конкурент 1</b> | <b>Конкурент 2</b> | <b>...</b> | <b>Конкурент n</b> |
|-----------------------------|--------------------|--------------------|------------|--------------------|
| Источники получения прибыли |                    |                    |            |                    |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
| - продажа товаров                        |  |  |  |  |
| - реклама на сайте                       |  |  |  |  |
| - платная регистрация                    |  |  |  |  |
| - платные услуги                         |  |  |  |  |
| - подписка<br>(абонентская плата)        |  |  |  |  |
| - и т.п. (список может<br>быть дополнен) |  |  |  |  |
| Популярность сайта<br>(хиты, хосты)      |  |  |  |  |

• **Ориентиры:** к каким моментам времени должны быть завершены главные этапы проекта (подготовка дизайна, пуск пилотного блока, запуск производства)? Когда должны быть выполнены установленные критерии успеха?

Шаблон ориентировочного календарного плана реализации проекта представлен в таблице 2.3.

Таблица 2.3

Шаблон ориентировочного календарного плана реализации проекта

| №                     | Этапы проекта, виды работ и мероприятий | Недели |  |  |  |  |  |  |
|-----------------------|---|--------|--|--|--|--|--|--|
|                       |   |        |  |  |  |  |  |  |
| Подготовительный этап |   |        |  |  |  |  |  |  |
| 1                     |   |        |  |  |  |  |  |  |
| 2                     |   |        |  |  |  |  |  |  |
| Этап внедрения        |   |        |  |  |  |  |  |  |
| 1                     |   |        |  |  |  |  |  |  |
| 2                     |   |        |  |  |  |  |  |  |
| Этап реализации       |   |        |  |  |  |  |  |  |
| 1                     |   |        |  |  |  |  |  |  |
| 2                     |   |        |  |  |  |  |  |  |

- **Партнерство:** нужны ли для реализации и эксплуатации проекта какие-либо партнеры? Планируется ли использовать аутсорсинг, если да, то на каких стадиях? Как будут реализованы оплата и доставка?
- **Реклама:** какие рекламные средства будут использованы для продвижения проекта и привлечения клиентов (электронные или традиционные). В случае рекламы в сети интернет кто будет выступать в качестве web-издателя? Использовать результаты работы семинарских занятий.
- **Финансы:** как будет финансироваться проект (собственные или заемные средства)? Привести средние тарифы на товары/ услуги.

## II. Контент-модель

Эта модель формулирует содержание и функции электронного бизнес-решения, базируясь на требованиях пользователя. Целевая установка в контент-модели такова: единое и быстрое ведение пользователя, точное нахождение искомой информации или функций в системе. Модель описывает механизмы, которые обеспечивают доступность содержания и функций; необходимые источники данных. Она определяет методы и средства, обеспечивающие необходимое восприятие бизнес-решения, и преимущества перед альтернативными проектами, представленными на рынке.

- **Формулировка содержания и функций:** структура фронт-офиса (электронной витрины), функциональное назначение разделов для каждой категории пользователей. Результаты свести в таблицу 2.4.

Таблица 2.4

Структура фронт-офиса (электронной витрины), функциональное назначение разделов

| Название раздела | Пользователь (клиент, рекламодатель, поставщик и т.д.) | Функциональное назначение раздела |
|------------------|--|-----------------------------------|
|                  |  |                                   |
|                  |  |                                   |
|                  |  |                                   |

- **Иерархия:** как должны быть с иерархической точки зрения разбиты и как концептуально представлены необходимые элементы

контента? Каковы взаимосвязи между отдельными иерархическими ступенями?

Представить иерархическую контент-модель web-сайта электронного предприятия (изобразить графически).

- **Ведение:** определение непрерывного интуитивно понятного навигационного пути по web-сайту, от одной области информации к другой, для каждой группы пользователей.

Для каждой категории пользователей указать последовательность действий (посещения разделов) для совершения заказа (или другой конечной цели предприятия).

- **Источники данных:** какие источники данных (внешние, внутренние) используются? Каков регламент получения информации? Как происходит хранение данных и обработка запросов пользователей (бэк-офис)?

- **Позиционирование:** организация контента с учетом требования пользователей (элементы обратной связи, персонализированный интерфейс, кастомизация и т.п.).

### **III. Менеджмент-модель**

К электронному бизнес-решению предъявляется несколько главных требований. К ним относятся, например, эффективность получения и подготовки содержания, функционирование решения, актуальность и качество содержания и функций, безопасность, оптимальное использование важнейших ресурсов, быстрая реализация, эффективное сотрудничество между подразделениями компании и т. Д. Менеджмент-модель помогает определить последовательные процессы и необходимые роли и степени ответственности.

Для данной модели существенны: степень детализации при описании задач (ход процессов и время их проведения), зависимость процессов друг от друга, результаты отдельных шагов в ходе процессов и механизм обратной отдачи результатов. Другим важным элементом данной модели является учреждение новых ролей и степеней ответственности, а также их отношение к процессу управления содержанием.

- **Организация электронного предприятия:** ключевые подразделения, их цели и задачи, выполняемые функции. Сформировать организационную структуру.

- **Требуемые профили, новые должности:** в соответствии с характеристиками создаваемого бизнес-решения могут возникать новые должности. Указать должностные обязанности, планируемую заработную плату и условия привлечения сотрудников (например, использование телеработы, привлечение фрилансеров). Результаты свести в таблицу 2.5.

Таблица 2.5

Требуемые профили, новые должности

| № п / п | Наименование должности | Кол-во | Структурное подразделение | Размер з/п, руб. | Условия привлечения |
|---------|------------------------|--------|---------------------------|------------------|---------------------|
| 1       |                        |        |                           |                  |                     |
| 2       |                        |        |                           |                  |                     |
| 3       |                        |        |                           |                  |                     |

- **Разработать 1-2 основных бизнес-процесса:** в частности, процесс обслуживания клиента.

#### IV. Технологическая модель

- **Телекоммуникационная платформа** (использовать результаты работы занятия № 4): вариант формирования (хостинг, самостоятельная разработка, аутсорсинг), доступ к сети интернет. Затраты на создание и поддержку с указанием привлекаемых компаний.

- **Информационная (программная) платформа:** вариант формирования фронт-офиса и бэк-офиса. Для обоснования выбора использовать результаты работы занятия № 5 (аренда готового решения, аутсорсинг, собственная разработка, разработка программного обеспечения (по) сторонними организациями, коробочный продукт и т.д.), затраты на создание и поддержку. Используемые специальные программные средства бэк-офиса (scm, crm, системы электронного документооборота, модули epr и т.п.).

- **Защита информации:** программная, аппаратная (если планируется).
- **Разработать IT-архитектуру электронного предприятия,** описать основные используемые модули.

#### V. Экономическая эффективность проекта

При расчете эффективности горизонт планирования выбрать 1 год. В качестве налогового окружения выбрать основную или упрощенную систему налогообложения:

| № п/п | Наименование                            | Процент | Налогооблагаемая база                    |
|-------|---|---------|--|
| 1     | Страховые выплаты                       | 30%     | Заработная плата сотрудников             |
| 2     | Налог на прибыль                        | 20%     | Налогооблагаемая прибыль                 |
| 3     | При упрощенной системе налогообложения: | 6%      | Доходы                                   |
|       |   | 15%     | Доходы, уменьшенные на величину расходов |

Указать основные статьи затрат (инвестиции и текущие издержки) свести в табл. 2.6 и 2.7.

Таблица 2.6

#### Инвестиции в проект

| № п/п | Наименование | Стоимость, руб. |
|-------|--------------|-----------------|
| 1     |              |                 |
| 2     |              |                 |

Таблица 2.7

#### Текущие затраты проекта

| № п/п | Наименование статьи затрат | 1-й месяц, руб. | ... | 12-й месяц, руб. |
|-------|----------------------------|-----------------|-----|------------------|
| 1     |                            |                 |     |                  |

Провести расчет выручки проекта. При этом учесть неравномерность получения дохода в первый и последующие месяцы, а также возможную сезонность. Результаты свести в табл. 2.8.

Таблица 2.8

## Расчет выручки проекта

| Наименование услуги | Стоимость услуги, руб. | 1-й месяц         |               | .... | 12-й месяц        |               |
|---------------------|------------------------|-------------------|---------------|------|-------------------|---------------|
|                     |                        | Объем продаж, шт. | Выручка, руб. |      | Объем продаж, шт. | Выручка, руб. |
| Услуга 1            |                        |                   |               |      |                   |               |
| Услуга 2            |                        |                   |               |      |                   |               |
| ....                |                        |                   |               |      |                   |               |
| Услуга <i>n</i>     |                        |                   |               |      |                   |               |
| Итого:              |                        |                   |               |      |                   |               |

При расчете учесть себестоимость реализуемых товаров и услуг.

Рассчитать основные экономические показатели эффективности деятельности и свести их в табл. 2.9.

Таблица 2.9

## Основные экономические показатели эффективности деятельности

| № п/п | Наименование                   | 1-й месяц | 2-й месяц | ... | 12-й месяц |
|-------|--------------------------------|-----------|-----------|-----|------------|
| 1     | Прибыль до уплаты налога, руб. |           |           |     |            |
| 2     | Чистая прибыль, руб.           |           |           |     |            |
| 3     | NPV, руб.                      |           |           |     |            |
| 4     | Рентабельность инвестиций      |           |           |     |            |
| 5     | Рентабельность продаж          |           |           |     |            |
| 6     | Рентабельность издержек        |           |           |     |            |

Примечание:

NPV = дисконтированная накопленная чистая прибыль – дисконтированные накопленные капитальные вложения (коэффициент дисконта за год принять = 10%, за месяц соответственно = 0,83%);

Рентабельность инвестиций = чистая прибыль/капитальные вложения без НДС;

Рентабельность продаж = чистая прибыль/выручка без НДС;

Рентабельность издержек = чистая прибыль/издержки без НДС.

Построить график динамики NPV и сделать выводы об эффективности и возможностях реализации проекта.

Образец титульного листа контрольной работы

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финуниверситет)**

**Новороссийский филиал Финуниверситета**

**Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»**

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

**по дисциплине «Электронный бизнес»**

Выполнил: студент

**Иванов А. Б.**

Направление:

«Бизнес-информатика»

Группа:

1б-бб100

Номер зачетной книжки:

11флб00838

Курс:

1

Руководитель:

**Тимшина Д.В.**

Новороссийск 20\_\_

## 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций представлен в разделе 2, который характеризует перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине.

### Примеры ситуационных задач

1. Для решения проблемы автоматизации отдела, осуществляющего учет заявок клиентов по ремонту электрооборудования, составить модель Бизнес-архитектуры.

Модель Бизнес-архитектуры организации составить путем заполнения соответствующих ячеек матрицы Захмана:

| Архитектура            | Уровень | ЧТО | КАК | ГДЕ | КТО | КОГДА | ЗАЧЕМ | Сущность               |
|------------------------|---------|-----|-----|-----|-----|-------|-------|------------------------|
| БИЗНЕС-<br>архитектура | 1       |     |     |     |     |       |       | Сфера действия         |
|                        | 2       |     |     |     |     |       |       | Модель предприятия     |
| ИТ-<br>архитектура     | 3       |     |     |     |     |       |       | Модель системы         |
|                        | 4       |     |     |     |     |       |       | Технологическая модель |
|                        | 5       |     |     |     |     |       |       | Детали реализации      |

2. Для электронного предприятия составить модель Бизнес-архитектуры. Объект исследования: система учета распределения и выполнения заявок по ремонту офисного оборудования. Составить модель Бизнес-архитектуры.

Модель Бизнес-архитектуры электронного предприятия составить путем заполнения соответствующих ячеек матрицы:

| Архитектура            | Уровень | ЧТО | КАК | ГДЕ | КТО | КОГДА | ЗАЧЕМ | Сущность              |
|------------------------|---------|-----|-----|-----|-----|-------|-------|-----------------------|
| БИЗНЕС-<br>архитектура | 1       |     |     |     |     |       |       | Модель<br>предприятия |
| ИТ-<br>архитектура     | 2       |     |     |     |     |       |       | Документы             |
|                        | 3       |     |     |     |     |       |       | Правила<br>бизнеса    |
|                        | 4       |     |     |     |     |       |       | База<br>данных        |

### Примерные тестовые задания

**1. Интернет-аукцион является следующей формой электронного бизнеса:**

- а) B2B
- б) C2C
- в) B2G
- г) C2A
- д) E2E.

**2. Если в коммерческой операции, реализуемой электронными средствами, участвуют два физических лица, то это пример модели:**

- а) B2C
- б) B2B
- в) C2G
- г) E2E
- д) C2C.

**3. Для какого варианта реализации модели электронной торговли характерна интеграция с корпоративной информационной системой компании:**

- а) веб-витрины
- б) торговые интернет-системы
- в) интернет-магазины
- г) торговые концентраторы.

**4. Все разновидности сделок, заключаемых между компаниями и правительственными организациями, включает в себя модель:**

- а) B2B
- б) E2E
- в) C2A
- г) B2A.

**5. Традиционный интернет-магазин – это пример модели:**

- а) B2B
- б) B2C
- в) C2C
- г) B2A
- д) C2G.

**6. Преимущества и выгоды электронного бизнеса:**

- а) решение проблемы расстояний
- б) предоставление конкурентных преимуществ на мировом рынке для средних и малых предприятий
- в) повышение объема налоговых отчислений в бюджет государства
- г) существенное сокращение затрат (транзакционных издержек) на проведение маркетинга и торговых операций

**7. Варианты реализации модели B2C:**

- а) веб-витрины
- б) торговые интернет-системы
- в) интернет-магазины
- г) торговые концентраторы.
- д) торговые интернет-склады.

**8. Системы, предполагающие оплату посредством кредитной карты, с передачей по Интернет всей информации с помощью защищенных протоколов связи – это...**

- а) системы открытого обмена
- б) системы, использующие шифрование обмена
- в) электронные деньги
- г) системы на основе ЭЦП.

**9. Полная анонимность платежа обеспечивается в...**

- а) системах открытого обмена
- б) системах на основе ЭЦП
- в) системах, использующих шифрование обмена
- г) системах, использующих электронные деньги.

**10. Функции платежной системы:**

- а) мониторинг и управление рисками
- б) организация доступа к детальной статистике по транзакциям
- в) выпуск и обслуживание банковских карт
- г) транспорт транзакции до банка-эквайера.

**11. Электронное предприятие – это...**

- а) децентрализованная сетевая организация (бизнес-структура), в которой взаимосвязи с поставщиками и заказчиками и внутренние процессы выполняются, преимущественно в электронной форме на основе современной сетевой инфраструктуры и Интернет-технологий

б) сетевая структура, объединяющая неоднородные удаленные ресурсы. Это предприятие, состоящее из географически разделенных работников (специалистов и подразделений некоторых предприятий), которые в процессе труда взаимодействуют в виртуальном пространстве, создаваемом на основе информационных и коммуникационных технологий, не имея непосредственных контактов.

**12. Главными элементами бизнес-модели являются:**

- а) Указательные вехи
- б) Финансы
- в) Требования и приоритеты
- г) Партнерства
- д) Целевая установка
- е) Целевая аудитория
- ж) Критерии успеха
- з) Формулирование содержания и функций.

**13. Главными элементами контент-модели являются:**

- а) Партнерства
- б) Целевая аудитория
- в) Формулирование содержания и функций
- г) Источники данных
- д) Иерархия
- е) Представление (презентация)
- ж) Позиционирование
- з) Ведение.

**14. Главными элементами менеджмент-модели являются:**

- а) Подходы
- б) Директивы
- в) Процессы
- г) Формулирование содержания и функций
- д) Профили требований, новые профессии
- е) Партнерства
- ж) Целевая аудитория
- з) Критерии успеха.

**15. Концепция «бизнес – контент – менеджмент» состоит из самостоятельных, но тем не менее зависящих друг от друга моделей:**

- а) контент-модель
- б) бизнес-модель
- в) менеджмент-модель
- г) технологическая модель
- д) архитектурная модель.

**16. Какие компоненты входят в технологическую модель при проектировании электронного предприятия:**

- а) архитектура
- б) платформа
- в) инструменты
- г) приложения
- д) база данных.

**17. При моделировании архитектуры электронного предприятия в его системной архитектуре выделяют следующие слои:**

- а) Документы
- б) Правила бизнеса
- в) Проектирование
- г) База данных.

**18. Какой из показателей эффективности рекламной компании определяется соотношением количества кликов на рекламное объявление (баннер) к числу его показов и отображается в процентах:**

- а) CPC
- б) ADImpressions
- в) CTR
- г) ADExposure
- д) CPE.

### **Перечень вопросов к экзамену**

1. 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.

2. Понятие и организационные принципы электронного предприятия.

3. 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).

4. Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент».

5. Бизнес-модели и направления электронного бизнеса. Главные элементы бизнес-модели.

6. Контент-модель и её основные элементы.

7. Менеджмент-модель и её элементы.

8. Классификации бизнес-моделей электронной коммерции приведите примеры.

9. Классификация бизнес-моделей М. Раппы.

10. Классификация бизнес-моделей Л. Эпплгейт.

11. Классификация атомарных бизнес-моделей П. Уэйла и М. Витейла.

12. Классификация бизнес-моделей по степени интеграции в электронный бизнес.

13. Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам.

14. Торгово-закупочные B2B системы. Системы управления закупками. Системы полного цикла сопровождения поставщиков. Системы управления продажами. Системы полного цикла сопровождения потребителей. Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки, электронные биржи. Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки. Приведите примеры.

15. Типы корпоративных представительств и рекомендации по их использованию. Примеры использования: корпоративный портал, сайт-визитка, презентационный сайт, интернет-витрина, интернет-магазин, торговые ряды. Внешний коммуникативный канал.

16. Типовой вариант сайта интернет-магазина.

17. Комплексы программных средств для реализации интернет-проекта. Приведите примеры.

18. Основные этапы разработки проекта сайта.

19. Системы управления контентом. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. Приведите примеры.

20. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах. Выбор хостинга (виртуальный хостинг, виртуальный выделенный сервер, выделенный сервер, колокация).

21. Маркетинг и реклама на электронном рынке. Роль маркетинга в построении эффективной бизнес-модели.

22. Методика определения целевой аудитории и поиска ее в интернет. Критерии сегментации.

23. Ценовые модели размещения рекламы в интернет. Расчет основных параметров моделей. Медийная реклама.

24. Методы оценки эффективности маркетинга и рекламы в интернет. Медиапланирование и создание рекламной кампании. Выбор площадок для размещения рекламы. Приведите примеры.

25. Технологическая модель электронного предприятия. Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса.

26. Коммуникационная платформа предприятия электронного бизнеса. Модели организации коммуникационной платформы.

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

28. Правовые аспекты организации предприятий электронного бизнеса. Понятие электронного документа и электронной подписи (ЭП). Аутентификация контрагентов на основе технологии ЭП. Сертификационные центры.

29. Российское законодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнес-организаций. Разрешение споров в электронной коммерции.
30. Платежные системы, их классификация и основные функции. Приведите примеры.
31. Денежные расчеты в сети. Классификация платежей. Системы расчетов. Приведите примеры.
32. Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса. Особенности инвестирования электронных предприятий. Интернет-инкубаторы и венчурные фонды. Приведите примеры.
33. Информационная безопасность и защита информации в сфере электронного бизнеса.
34. Основные положения стандартов менеджмента информационной безопасности серии 27000.
35. Терминология и основные положения ГОСТ Р ИСО/МЭК 15408. Критерии оценки безопасности информационных технологий.
36. Перспективы развития электронного бизнеса. Перспективы развития электронных платежных систем. Основные факторы развития систем электронного бизнеса.
37. Построение электронного общества. Развитие ГИС-технологий – основы построения электронного общества.
38. Основные направления развития систем электронного бизнеса между различными секторами экономики.

## Пример экзаменационного билета

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

### «ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

(Финансовый университет)

Новороссийский филиал Финуниверситета

Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»

Дисциплина «Электронный бизнес»

Новороссийский филиал Финуниверситета

Форма обучения заочная

Семестр 8 Направление 38.03.05 «Бизнес-информатика»

Профиль «ИТ-менеджмент в бизнесе»

### ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Методы оценки эффективности маркетинга и рекламы в интернет. Медиапланирование и создание рекламной кампании. Выбор площадок для размещения рекламы. Приведите примеры. **(15 баллов)**

2. Терминология и основные положения ГОСТ Р ИСО/МЭК 15408. Критерии оценки безопасности информационных технологий. **(15 баллов)**

3. Ситуационная задача. **(30 баллов)**

Для электронного предприятия составить модель Бизнес-архитектуры. Объект исследования: система учета распределения и выполнения заявок по ремонту офисного оборудования. Составить модель Бизнес-архитектуры.

Модель Бизнес-архитектуры электронного предприятия составить путем заполнения соответствующих ячеек матрицы:

| Архитектура        | Уровень | ЧТО | КАК | ГДЕ | КТО | КОГДА | ЗАЧЕМ | Сущность           |
|--------------------|---------|-----|-----|-----|-----|-------|-------|--------------------|
| БИЗНЕС-архитектура | 1       |     |     |     |     |       |       | Модель предприятия |
| ИТ-архитектура     | 2       |     |     |     |     |       |       | Документы          |
|                    | 3       |     |     |     |     |       |       | Правила бизнеса    |
|                    | 4       |     |     |     |     |       |       | База данных        |

Подготовил: \_\_\_\_\_ Тимшина Д.В.

Утверждаю:

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Гаража Н.А.

Дата «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Примеры оценочных средств для проверки каждой компетенции,  
формируемой дисциплиной**

| <b>Компетенция</b>  | <b>Типовые задания</b>   |
|---|--|
| <p>ПК-6<br/>управление контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов)</p>  | <p><b>Задание 1</b><br/>1. Для выбранной темы с помощью сервиса <a href="http://wordstat.yandex.ru">http://wordstat.yandex.ru</a> провести анализ возможных ключевых фраз.<br/>2. Используя сервисы <a href="http://www.advego.ru">www.advego.ru</a> или <a href="http://www.textsale.ru">www.textsale.ru</a> для выбранной темы и подобранных ключевых фраз выбрать подходящие тексты для наполнения Интернет-сайта.</p> <p><b>Задание 2</b><br/>1. Используя сервис <a href="https://yandex.ru/blogs">https://yandex.ru/blogs</a> выполнить анализ популярности в социальных сервисах выбранного продукта или услуги.</p>  |
| <p>ПК-10<br/>Умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> | <p><b>Задание 1</b><br/>1. Разработать карту эмпатии потенциального потребителя выбранного товара или услуги для заданной сферы предпринимательской деятельности.<br/>2. С помощью подхода «5 почему?» проанализировать, почему потенциальный потребитель захочет приобрести выбранный товар или услугу.</p> <p><b>Задание 2</b><br/>1. С помощью модели PEP (Pre-Experience, Experience, Post-Experience) проанализируйте активность потенциального пользователя выбранного товара или услуги.</p> <p>На основании полученной модели PEP сформировать карту «пути потребителя» по использованию выбранного товара или услуги.</p>                                 |
| <p>ПК-15<br/>Умение проектировать архитектуру электронного предприятия</p>  | <p><b>Задание 1</b><br/>1. Используя шаблон ценностного предложения А. Остервальдера, разработать ценностное предложение для данного потребителя выбранного товара или услуги.<br/>2. Используя канву бизнес-модели А.Остервальдера, разработать бизнес-модель Интернет-проекта.</p> <p><b>Задание 2</b><br/>1. В сервисе <a href="http://ww.draw.io">ww.draw.io</a> сформировать онтологию Интернет-проекта на основе сформированной канвы бизнес-модели.<br/>2. В сервисе <a href="https://bpmsg.com/ahp/ahp-calc.php">https://bpmsg.com/ahp/ahp-calc.php</a> с помощью метода аналитических иерархий провести оценку критериев реализации Интернет-проекта.</p> |

|   |  |
|---|--|
|   | <p><b>Задание 3</b><br/>Используя Kanban Board в Microsoft.Azure сформировать канву совместной работы проектной команды Интернет-проекта.</p>  |
| <p>ПК-16<br/>умение разрабатывать контент и ИТ-сервисы предприятия и интернет-ресурсов</p>                                | <p><b>Задание 1</b><br/>1. Разработать ментальную карту Интернет-проекта.<br/>2. Разработать бриф для Интернет-сайта.</p> <p>Разработать прототип сайта в конструкторе сайтов <a href="http://www.wix.com">www.wix.com</a> или подобном.</p>   |
| <p>ПК-22<br/>Умение консультировать заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонент</p> | <p><b>Задание 1</b><br/>1. Провести анализ сайтов потенциальных конкурентов с помощью сервиса <a href="http://www.cr-ru.ru">www.cr-ru.ru</a> и ему подобных исследовать статистику сайтов этих компаний (например, возраст домена, ТИЦ и PageRank, соотношение посетителей с поисковых систем и социальных сетей, динамику посещений, Анализ ключевых фраз).</p> <p><b>Задание 2</b><br/>1. В десктопной версии Power BI с помощью подключаемых функций Microsoft Azure для выбранного набора данных выполнить анализ тональности и частотности.</p>             |
| <p>ПКП-4<br/>Способность организовать процесс управления изменениями информационно й среды организации</p>                | <p><b>Задание 1</b><br/>1. Используя функции Excel, рассчитать факторы инвестиционной привлекательности Интернет-проекта NPV, IRR</p> <p><b>Задание 2</b><br/>1. Используя сервис <a href="https://awstcocalculator.com/">https://awstcocalculator.com/</a> или подобный, рассчитать совокупную стоимость владения облачной CRM</p> <p><b>Задание 3</b><br/>Используя метод прецедентов, оценить затраты на реализацию Интернет-проекта. Для анализа следует выбрать похожие проекты с портала <a href="https://zakupki.gov.ru/">https://zakupki.gov.ru/</a></p> |

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

### Нормативно-правовые акты

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть четвертая) № 30-ФЗ от 18.12.2006 г. (в редакции последующих законов). [Электронный ресурс], режим доступа <http://www.consultant.ru/popular/gkrf4/> (дата обращения 26.08.2016).
2. Закон Российской Федерации «О государственной тайне» № 5485-1 от 21.07.1993 г. (действующая редакция).
3. Федеральный Закон Российской Федерации «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» № 149-ФЗ от 27.07.2006 г. (в редакции последующих законов) [Электронный ресурс], режим доступа

<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=144689>. (дата обращения 27.08.2016).

4. Федеральный Закон Российской Федерации «О коммерческой тайне» № 98-ФЗ от 29.07.2004 г. (действующая редакция).
5. Федеральный Закон Российской Федерации «О национальной платежной системе». № 161-ФЗ от 27.06.2011 г. (действующая редакция).
6. Федеральный Закон Российской Федерации «О связи». № 126-ФЗ от 7.07.2003 г. (действующая редакция).
7. Федеральный Закон Российской Федерации «О рекламе». №38-ФЗ от 22.02.2006 г. (действующая редакция).
8. Федеральный Закон Российской Федерации «О техническом регулировании» №184-ФЗ от 27 декабря 2002 г. (действующая редакция).
9. Федеральный Закон Российской Федерации «Об электронной подписи» № 63-ФЗ от 06.04.2011 г.
10. Доктрина информационной безопасности РФ.
11. Государственная программа Российской Федерации «Информационное общество (2011-2020 годы)» (в ред. Постановления Правительства РФ от 18.05.2011 N 399).
12. Стандарт ISO/IEC 7816 по применению идентификационных карт.
13. Стандарт ISO/IEC 14443 по применению проксимити-карт.
14. Стандарт информационной безопасности ISO/IEC 15408.
15. Стандарты менеджмента информационной безопасности серии 27000

### ***Основная литература***

16. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: учебник / Л.В. Лapidус. — Москва: ИНФРА-М, 2018. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). ЭБС: Знаниум; URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=314560>
17. Быстренина И. Е. Электронная коммерция: учебное пособие / И. Е. Быстренина. - 2-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. - 90 с. - ЭБС: Знаниум; URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=353615>

### ***Дополнительная литература***

18. Брагин Л.А., Панкина Т.В. Организация розничной торговли в сети Интернет: учебное пособие / Л.А. Брагин, Т.В. Панкина. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М,

2014. – 120 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=345289> ЭБС: Знаниум.

19. Гаврилов, Л.П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе: учебник для бакалавров/ Л.П. Гаврилов.— Москва: Издательство Юрайт, 2019.— 372 с.— (Бакалавр и магистр. Академический курс). ЭБС Юрайт. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/425884>
20. Сковиков А.Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция: учебное пособие / А.Г. Сковиков. — Санкт-Петербург: Лань, 2019. — 260 с. Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119637>

## **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. <https://programs.gov.ru/Portal> – Портал государственных программ Российской Федерации
2. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/> (<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)
3. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com> (<https://znanium.com/>)
4. Электронно-библиотечная система BOOK.RU - <https://www.book.ru/>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/> (<https://urait.ru/>)
6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru – <http://elibrary.ru>
7. Официальный сайт ЗАО «Консультант Плюс». – [www.consultant.ru/](http://www.consultant.ru/)
8. Официальный сайт ООО «НПП Гарант-Сервис» – [www.garant.ru/](http://www.garant.ru/)
9. Официальный сайт Microsoft – <https://www.microsoft.com/ru-ru>

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Для более полного и углубленного усвоения материала по дисциплине учебным планом предусмотрена самостоятельная работа студентов. Самостоятельная работа студентов организуется на основе целей и задач программы дисциплины, является основным методом обучения и неотъемлемым элементом изучения дисциплины.

Целями самостоятельной работы студентов являются:

- формирование навыков самостоятельной образовательной деятельности;
- выявления и устранения студентами пробелов в знаниях, необходимых для

изучения данной дисциплины;

- осознания роли и места изучаемой дисциплины в образовательной программе, по которой обучаются студенты.

Самостоятельная работа студентов подразделяется на обязательную и контролируемую. Обязательная самостоятельная работа обеспечивают подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и качественном уровне сделанных докладов, презентаций, выполненных практических, контрольных и тестовых заданий и др. форм текущего контроля. Контролируемая самостоятельная работа направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. Подведение итогов и оценка результатов таких форм самостоятельной работы осуществляется во время контактных часов с преподавателем. Самостоятельная работа студентов предполагает изучение теоретического материала по актуальным вопросам дисциплины. Рекомендуется самостоятельное изучение доступной учебной и научной литературы, учебно-методических материалов, законодательства РФ и т.д.

В процессе самостоятельной работы студенты:

- осваивают материал, предложенный им на лекциях с привлечением указанной преподавателем литературы;
- осуществляют работу с основной и дополнительной литературой, дополнительными материалами из зарубежных и российских литературных источников;
- готовятся к семинарским занятиям в соответствии с методическими указаниями к ним;
- выполняют практические задания, курсовые и домашние работы с использованием соответствующих методических указаний;
- самостоятельно осваивают указанные преподавателем теоретические разделы изучаемой дисциплины;
- ведут подготовку к зачету/ экзамену и промежуточной аттестации по данной дисциплине.

Учитывая подготовленность того или иного студента, преподаватель может поставить перед ним задачу по более углубленному изучению проблемы, подготовке реферата и сообщения результатов на занятиях.

Основная цель самостоятельной работы студента (СРС) при изучении дисциплины «Электронный бизнес» состоит в формировании у студентов системы теоретических знаний и практических умений в области ведения предпринимательской деятельности в Интернет; развития программной, аппаратной и организационной инфраструктуры, экономики и менеджмента электронных предприятий.

Глубокое и прочное усвоение дисциплины предполагает активную деятельность студентов как во время аудиторных занятий, так и при самостоятельной работе. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы указанные в рабочей программе дисциплины компетенции, выработана способность к анализу, самообразованию, саморазвитию.

Самостоятельная работа студента в процессе освоения дисциплины «Электронный бизнес» включает:

- изучение основной и дополнительной литературы по курсу и других источников: периодической печати, Интернет-ресурсов; учебных материалов электронных библиотечных систем и информационно-образовательного портала, нормативно-правовых актов и т.п.;
- подготовку к семинарским занятиям;
- выполнение домашних заданий;
- выполнение контрольной работы;
- индивидуальные и групповые консультации по наиболее сложным вопросам дисциплины;
- подготовку к экзамену.

При подготовке к занятиям студент должен просмотреть конспекты лекций, рекомендованную литературу по данной теме; подготовиться к ответу на контрольные вопросы. Успешное изучение дисциплины требует от студентов посещения лекций, активной работы на семинарах, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой, интернет-источниками.

Запись лекции – одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. Культура записи лекции – один из важнейших факторов

успешного и творческого овладения знаниями. Последующая работа над текстом лекции воскрешает в памяти содержание лекции, позволяет развивать аналитическое мышление. Лекции имеют в основном обзорный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, а также призваны способствовать формированию навыков самостоятельной работы с научной литературой. Предполагается также, что студенты приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой. Работа с конспектом лекций предполагает просмотр конспекта в тот же день после занятий, пометку материала конспекта, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя рекомендуемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю на консультации, ближайшей лекции или семинаре. Регулярно отводите время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам. Для выполнения практических аудиторных и домашних заданий студентам необходимо внимательно прочитать соответствующие разделы лекций, учебной и научной литературы и проработать аналогичные задания, рассматриваемые преподавателем на лекционных занятиях.

Работу с основной и дополнительной литературой целесообразно начинать с освоения материала учебников, которые содержат необходимый материал по каждой теме.

Подготовка к семинарскому занятию зависит от темы занятия и вопросов, предложенных преподавателем, для подготовки к семинару.

Выполнение и оформление контрольной работы проводится в соответствии с методическими указаниями по выполнению контрольной работы. Контрольная работа сдается преподавателю для проверки в установленные преподавателем сроки.

На экзамене проверяются итоговые знания студента, а также учитывается результативность всех видов СРС.

Постоянная активность на занятиях, готовность ставить и обсуждать актуальные проблемы дисциплины – залог успешной работы и положительной оценки.

Для оценки знаний студента используется балльно-рейтинговая оценка. Балльно-рейтинговая система представляет собой систему количественной оценки качества освоения образовательной программы высшего профессионального образования в сравнении с другими студентами. Принципы балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости студентов:

- единство требований, предъявляемых к работе студентов;
- регулярность и объективность оценки результатов работы студентов;
- открытость и гласность результатов успеваемости студентов для всех участников образовательного процесса.

Балльная оценка текущего контроля успеваемости студента составляет максимум 40 баллов. Балльная оценка в зачетно-экзаменационную сессию составляет максимум 60 баллов.

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

При осуществлении образовательного процесса обучающимися и профессорско-преподавательским составом используются: программное обеспечение, информационно-справочные системы, электронные библиотечные системы.

### **11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:**

1. Антивирусная защита ESET NOD32
2. Windows, Microsoft Office

### **11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

- Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
- Аналитическая система Bloomberg Professional.
- базы данных Росстата: ЦБСД, ЕМИСС, ССРД МВФ
- Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
- Система комплексного раскрытия информации «СКРИН»  
<http://www.skrin.ru/>

### **11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации**

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для осуществления образовательного процесса в рамках дисциплины необходимо наличие специальных помещений.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения лекций, семинарских и практических занятий, выполнения курсовых групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и

помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Проведение лекций и семинаров в рамках дисциплины осуществляется в помещениях:

- оснащенных демонстрационным оборудованием;
- оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет»;
- обеспечивающих доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.