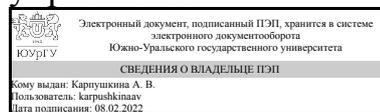


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Высшая школа экономики и
управления



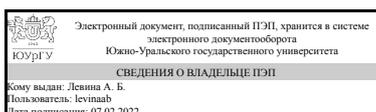
А. В. Карпушкина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П1.07 Организация электронного бизнеса
для направления 38.03.01 Экономика
уровень Бакалавриат
профиль подготовки Международная экономика и торговля
форма обучения очная
кафедра-разработчик Менеджмент

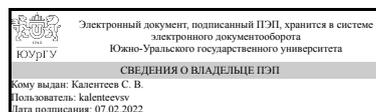
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 954

Зав.кафедрой разработчика,
к.экон.н., доц.



А. Б. Левина

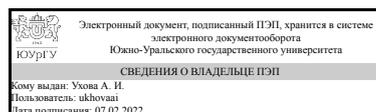
Разработчик программы,
к.экон.н., доцент



С. В. Калентеев

СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной
программы
к.экон.н.



А. И. Ухова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения студентами дисциплины заключается в формировании системы знаний и навыков в области формирования и развития организации электронного бизнеса в современных экономических условиях. Задачи дисциплины: 1.

Сформировать у студентов комплекс знаний об организации электронном бизнеса. 2. Развить навыки эффективного управления развитием сетей бизнеса с помощью современных информационных технологий. 3. Углубить знания об анализе, управлении и развитии электронного бизнеса в современных экономических условиях.

Краткое содержание дисциплины

Основы создания Интернет сайтов. Контекстная реклама. SMM. Аналитика рекламных кампаний. SEO-продвижение в поисковой выдаче. Основные системы оплаты в электронной коммерции.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-8 Способен разрабатывать стратегию продвижения бизнеса в цифровой среде	<p>Знает: - понятие, виды, модели электронного бизнеса; - уровни интеграции электронного бизнеса; - современные технологии организации и продвижения бизнеса в цифровой среде; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>Умеет: - разрабатывать модели электронного бизнеса; - составлять систему показателей эффективности продвижения бизнеса в цифровой среде; - обосновывать выбор каналов продвижения бизнеса с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке; - анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации; - устанавливать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт</p> <p>Имеет практический опыт: - разработки модели электронного бизнеса; - разработки стратегии продвижения бизнеса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"; - формирования бюджета на продвижение бизнеса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин,	Перечень последующих дисциплин,
------------------------------------	---------------------------------

видов работ учебного плана	видов работ
Нет	Производственная практика, преддипломная практика (8 семестр)

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 56,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		7	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108	
<i>Аудиторные занятия:</i>	48	48	
Лекции (Л)	16	16	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	51,5	51,5	
с применением дистанционных образовательных технологий	0		
Написание реферата	10	10	
Выполнение практических заданий	21,5	21,5	
Подготовка к экзамену	20	20	
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5	
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен	

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Сущность и основы электронного бизнеса в современных условиях	16	4	12	0
2	Электронная коммерция и электронный маркетинг в современных экономических условиях	24	10	14	0
3	Инновационные инструменты развития электронного бизнеса	8	2	6	0

5.1. Лекции

№	№	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во
---	---	---------------------------------------------------------	--------

лекции	раздела		часов
1	1	1 Основы электронного бизнеса на современном этапе развития 2	2
2	1	Основные направления и перспективы развития электронного бизнеса	2
3-4	2	Корпоративный Интернет-сайт как площадка маркетинговой коммуникации	4
5	2	Поисковые системы. SEO-оптимизация	2
6-7	2	Основные рекламные системы в Интернете. SMM-маркетинг	4
8	3	Инновации электронного бизнеса	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1-2	1	Основы организации электронного бизнеса в сфере розничной торговли	4
3-4	1	Современный уровень развития электронной коммерции в России и за рубежом	4
5-6	1	Основные достоинства и недостатки электронной коммерции и традиционной розничной торговли	4
7	2	Основные инструменты SEO-оптимизации и их применение для продвижения Интернет-сайта	2
8	2	Основные виды корпоративных Интернет-сайтов	2
9-10	2	Google Adwords и "Яндекс Директ" как основные участники рынка электронной коммерции в России	4
11	2	Предмет и сущность поисковых систем в Интернете	2
12	2	SMM-маркетинг в социальных сетях Instagram, Facebook, Одноклассник	2
13	2	Основные электронные каталоги и правила регистрации в них	2
14	3	Основные пути развития электронного бизнеса	2
15	3	Ретаргетинг как средство привлечения клиентов	2
16	3	Лидогенерация в электронной коммерции	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Написание реферата	Макаренкова, Е. В. Электронный бизнес на международном рынке товаров и услуг : учебное пособие / Е. В. Макаренкова. — Москва : ЕАОИ, 2010. — 96 с. — ISBN 978-5-374-00375-8. — Текст : электронный Рындина, С. В. Электронный бизнес: создание, развитие и продвижение цифровых продуктов : учебное пособие / С. В. Рындина. — Пенза : ПГУ, 2019. — 88 с. — ISBN 978-5-907185-85-2. — Текст : электронный	7	10
Выполнение практических заданий	Основы электронной коммерции [Текст] :	7	21,5

	учеб. для вузов по специальности "Прикладная информатика" и др. специальностям / А. В. Юрасов М. : Горячая линия - Телеком , 2008, 480 с. : ил		
Подготовка к экзамену	Основы электронной коммерции [Текст] : учеб. для вузов по специальности "Прикладная информатика" и др. специальностям / А. В. Юрасов М. : Горячая линия - Телеком , 2008, 480 с. : ил Хартман, А. Стратегии успеха в Интернет-экономике А. Хартман, Д. Сифонис. - М.: Лори, 2001. - 274 с. Киселев, Ю. Н. Электронная коммерция Практ. рук. Ю. Н. Киселев. - СПб.: ДиаСофт, 2001. - 214 с. ил.	7	20

6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-мestr	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	7	Текущий контроль	КРМ-1. Контекстная реклама	1	4	4 балла - Задание выполнено полностью. 3 балла - Задание выполнено полностью, допущены несущественные ошибки. 2 балла - Задание выполнено полностью, допущены существенные ошибки. 1 балл - Задание выполнено частично, допущены ошибки 0 баллов - Задание не выполнено	экзамен
2	7	Текущий контроль	КРМ-2. Маркетинг в социальных сетях	1	4	4 балла - Задание выполнено полностью. 3 балла - Задание выполнено полностью, допущены несущественные ошибки. 2 балла - Задание выполнено полностью, допущены существенные ошибки. 1 балл - Задание выполнено частично, допущены ошибки 0 баллов - Задание не выполнено	экзамен
3	7	Текущий контроль	КРМ-3. Показатели эффективности рекламной	1	3	3 балла - решены 3 задачи 2 балла - решены 2 задачи 1 балл - решена 1 задача 0 баллов - Задание не выполнено	экзамен

			кампании				
4	7	Текущий контроль	КРМ-4. Тест	1	15	В тесте 15 вопросов. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов - 15.	экзамен
5	7	Текущий контроль	КРМ-5. Написание реферата	1	4	4 балла - Задание выполнено полностью. 3 балла - Задание выполнено полностью, допущены несущественные ошибки. 2 балла - Задание выполнено полностью, допущены существенные ошибки. 1 балл - Задание выполнено частично, допущены ошибки 0 баллов - Задание не выполнено	экзамен
6	7	Промежуточная аттестация	Экзамен	-	12	В билете 2 вопроса, каждый из которых оценивается 6 баллами. 6 баллов - Вопрос раскрыт полностью 5 баллов - Вопрос раскрыт полностью, возможны небольшие неточности. 4 балла - Вопрос раскрыт, возможны небольшие фактологические ошибки. 3 балла - Вопрос раскрыт на не более чем на 50%, присутствуют существенные фактологические ошибки 2 балла - Вопрос раскрыт менее чем на 50%, допущены существенные ошибки. 1 балл - Вопрос раскрыт менее чем на 25%, допущены существенные ошибки. 0 баллов - Вопрос не раскрыт Максимальное количество баллов - 12.	экзамен

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	Экзамен проводится в форме письменного ответа на вопросы билета, по результатам которого студент может получить максимально 12 баллов. Каждый билет содержит 2 вопроса. На подготовку ответов студенту отводится 1 час. На экзамене происходит оценивание знаний, умений и приобретенного опыта обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. В результате складывается совокупный рейтинг студента, который дифференцируется в оценку и проставляется в ведомость, зачетную книжку студента.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Оценочные материалы

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
ПК-8	Знает: - понятие, виды, модели электронного бизнеса; - уровни интеграции электронного бизнеса; - современные технологии организации и продвижения бизнеса в цифровой среде; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				++	++	++
ПК-8	Умеет: - разрабатывать модели электронного бизнеса; - составлять систему показателей эффективности продвижения бизнеса в цифровой среде; - обосновывать выбор каналов продвижения бизнеса с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке; - анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации; - устанавливать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт		+			++	++
ПК-8	Имеет практический опыт: - разработки модели электронного бизнеса; - разработки стратегии продвижения бизнеса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"; - формирования бюджета на продвижение бизнеса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		+				+

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Киселев, Ю. Н. Электронная коммерция. Практик. рук. Ю. Н. Киселев. - СПб.: ДиаСофт, 2001. - 214 с. ил.

б) дополнительная литература:

1. Хартман, А. Стратегии успеха в Интернет-экономике. А. Хартман, Д. Сифонис. - М.: Лори, 2001. - 274 с.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Организация электронного бизнеса. Методические указания / составитель Калентеев С.В. Челябинск, 2022. - 18 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Организация электронного бизнеса. Методические указания / составитель Калентеев С.В. Челябинск, 2022. - 18 с.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в	Библиографическое описание
---	----------------	------------------------	----------------------------

		электронной форме	
1	Основная литература	Электронно- библиотечная система издательства Лань	Макаренкова, Е. В. Электронный бизнес на международном рынке товаров и услуг : учебное пособие / Е. В. Макаренкова. — Москва : ЕАОИ, 2010. — 96 с. — ISBN 978-5-374-00375-8. — Текст : электронный https://e.lanbook.com/book/126608
2	Дополнительная литература	Электронно- библиотечная система издательства Лань	Рындина, С. В. Электронный бизнес: создание, развитие и продвижение цифровых продуктов : учебное пособие / С. В. Рындина. — Пенза : ПГУ, 2019. — 88 с. — ISBN 978-5- 907185-85-2. — Текст : электронный https://e.lanbook.com/book/162239

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ"
(<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	561 (2)	Компьютер, программное обеспечение
Лекции	452 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, программное обеспечение
Практические занятия и семинары	452 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, программное обеспечение
Экзамен	452 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, программное обеспечение