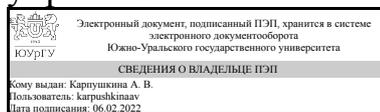


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института  
Высшая школа экономики и  
управления



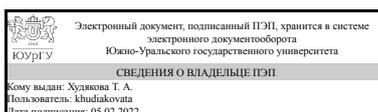
А. В. Карпушкина

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины Б.1.24 Электронный бизнес  
для направления 38.03.05 Бизнес-информатика  
уровень бакалавр тип программы Академический бакалавриат  
профиль подготовки  
форма обучения очная  
кафедра-разработчик Цифровая экономика и информационные технологии

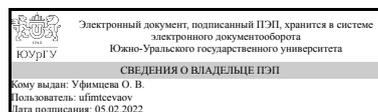
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, утверждённым приказом Минобрнауки от 11.08.2016 № 1002

Зав.кафедрой разработчика,  
Д.ЭКОН.Н., доц.



Т. А. Худякова

Разработчик программы,  
старший преподаватель



О. В. Уфимцева

## 1. Цели и задачи дисциплины

Основная цель дисциплины - сформировать целостное представление у обучающихся о современных цифровых средствах, как об основных средствах производства. Задачи дисциплины - показать уникальные возможности цифровой техники для организации инновационных предприятий.

## Краткое содержание дисциплины

Появление и коммерциализация Интернета привели к появлению новой категории бизнеса – электронному бизнесу, под которым понимается любая активность с использованием возможностей глобальных информационных сетей для ведения коммерческой деятельности. Важнейшим составным элементом электронного бизнеса является электронная коммерция, в которую входят любые формы сделок, когда взаимодействие сторон осуществляется электронным способом. Развитие информационных технологий, появление и бурный рост электронной коммерции стали основой для появления нового направления в современной концепции маркетинга взаимодействия – Интернет-маркетинга, под которым понимается теория и методология организации маркетинга в среде Интернета. Эпоха Интернет-маркетинга характеризуется следующими отличительными особенностями: глобализация сфер деятельности; окончательный переход ключевой роли от производителей к потребителям; персонализация взаимодействия и переход к маркетингу «один-одному»; снижение транзакционных и трансформационных издержек.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)  | Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУНы)   |
|--|--|
| ПК-26 способность разрабатывать бизнес-планы по созданию новых бизнес-проектов на основе инноваций в сфере ИКТ                 | Знать: основы разработки бизнес-планов по созданию новых бизнес-проектов на основе инноваций в сфере ИКТ             |
|  | Уметь: разрабатывать бизнес-планы по созданию новых бизнес-проектов на основе инноваций в сфере ИКТ                  |
|  | Владеть: методами оценки бизнес-планов по созданию новых бизнес-проектов на основе инноваций в сфере ИКТ             |
| ПК-27 способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг           | Знать: Лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг                         |
|  | Уметь: Использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг            |
|  | Владеть: Приемами использования лучших практик продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг |
| ПК-10 умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять | Знать: что такое электронное предприятие на глобальном рынке   |
|  | Уметь: формировать потребительскую аудиторию   |

|   |  |
|---|--|
| взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет") | и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")     |
|   | Владеть: методами формирования потребительской аудитории и методами взаимодействия с потребителями   |
| ПК-19 умение готовить научно-технические отчеты, презентации, научные публикации по результатам выполненных исследований              | Знать: Принципы подготовки научно-технических отчетов, презентаций, научных публикаций по результатам выполненных исследований                           |
|   | Уметь: Готовить научно-технические отчеты, презентации, научные публикации по результатам выполненных исследований                                       |
|   | Владеть: Инструментальными средствами для подготовки научно-технических отчетов, презентаций, научных публикаций по результатам выполненных исследований |
| ПК-28 способность создавать новые бизнес-проекты на основе инноваций в сфере ИКТ  | Знать: основные принципы организации и участия в старпах   |
|   | Уметь: создавать новые бизнес-проекты на основе инноваций в сфере ИКТ  |
|   | Владеть: методами продвижения новых бизнес-проектов  |
| ПК-23 умение консультировать заказчиков по рациональному выбору ИС и ИКТ управления бизнесом  | Знать: Принципы взаимодействия с заказчиками   |
|   | Уметь: Консультировать заказчиков по рациональному выбору ИС и ИКТ управления бизнесом   |
|   | Владеть: Приемами консультирования заказчиков по рациональному выбору ИС и ИКТ управления бизнесом   |
| ПК-25 способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка  | Знать: Целевые сегменты ИКТ-рынка  |
|   | Уметь: Описывать целевые сегменты ИКТ-рынка  |
|   | Владеть: Приемами описания целевых сегментов ИКТ-рынка   |

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

|   |   |
|---|---|
| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ                   |
| В.1.16 Эконометрика,<br>Б.1.16 Моделирование бизнес-процессов | 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:

| Дисциплина                            | Требования  |
|---------------------------------------|---|
| Б.1.16 Моделирование бизнес-процессов | Знать; Основы моделирования БП, Уметь: проводить моделирование с использованием современные нотации бизнес-моделей. BPM, IDEF, Владеть: инструментальными и case-средствами моделирования |

|                     |   |
|---------------------|---|
| В.1.16 Эконометрика | Знать: Основы эконометрики, Уметь: составлять и интерпретировать системы экономических показателей; Владеть; методиками расчета экономических показателей |
|---------------------|---|

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

| 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)   | 32          | 32                                 |  |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 16          | 16                                 |  |
| Лабораторные работы (ЛР)   | 0           | 0                                  |  |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i>  | 60          | 60                                 |  |
| Подготовка к промежуточной аттестации (экзамен)                            | 30          | 30                                 |  |
| Подготовка к текущей аттестации  | 30          | 30                                 |  |
| Вид итогового 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         | ИНТЕРНЕТ — СРЕДА ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА                        | 10  | 8 | 2  | 0  |
| 2         | ИНТЕРНЕТ — ИНФОРМАЦИОННЫЙ КАНАЛ И ОТРАСЛЬ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ | 10  | 8 | 2  | 0  |
| 3         | ИНТЕГРАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС                  | 16  | 8 | 8  | 0  |
| 4         | ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ В ИНТЕРНЕТЕ                                | 6   | 4 | 2  | 0  |
| 5         | ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ E-BUSINESS И ОЦЕНКА ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ      | 6   | 4 | 2  | 0  |

##### 5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия   | Кол-во часов |
|----------|-----------|---|--------------|
| 1        | 1         | Что такое e-Business? Основные понятия сети Интернет  | 2            |
| 2        | 1         | Что такое e-Business? Основные понятия сети Интернет  | 2            |
| 3        | 1         | Способы доступа в Интернет. Файло- обменники DropBox, Yandex.диск и другие. Организация персонального виртуального пространства | 2            |
| 4        | 1         | Способы доступа в Интернет. Файло- обменники DropBox, Yandex.диск и другие. Организация персонального виртуального пространства | 2            |
| 5        | 2         | Поисковые ресурсы Интернет. "Правильный" поиск в Интернет. Сервисы  | 2            |

|    |   |  |   |
|----|---|--|---|
|    |   | Google и Yandex для Вас. Сущность и преимущества сетевых форм ведения бизнеса  |   |
| 6  | 2 | Поисковые ресурсы Интернет. "Правильный" поиск в Интернет. Сервисы Google и Yandex для Вас. Сущность и преимущества сетевых форм ведения бизнеса                         | 2 |
| 7  | 2 | Перспективы и проблемы влияния электронной коммерции на рыночную ситуацию. Маркетинговые исследования в Интернете  | 2 |
| 8  | 2 | Перспективы и проблемы влияния электронной коммерции на рыночную ситуацию. Маркетинговые исследования в Интернете  | 2 |
| 9  | 3 | Создание и продвижение web-сайта предприятия. Модели онлайн-бизнеса предприятия  | 2 |
| 10 | 3 | Создание и продвижение web-сайта предприятия. Модели онлайн-бизнеса предприятия  | 2 |
| 11 | 3 | Что такое CMS. Типичная архитектура ПО, выбор хостинга. Обзор рынка, популярные Open Source CMS. Знакомство с Wordpress. Характеристики и возможности. Ресурсы поддержки | 2 |
| 12 | 3 | Что такое CMS. Типичная архитектура ПО, выбор хостинга. Обзор рынка, популярные Open Source CMS. Знакомство с Wordpress. Характеристики и возможности. Ресурсы поддержки | 2 |
| 13 | 4 | Сущность и содержание электронных платежей. Формы расчетов в сети  | 2 |
| 14 | 4 | Сущность и содержание электронных платежей. Формы расчетов в сети  | 2 |
| 15 | 5 | Проблемы безопасности в Интернете. Программно-аппаратные средства защиты информации  | 2 |
| 16 | 5 | Протоколы безопасной передачи данных. Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия в Интернете  | 2 |

## 5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара   | Кол-во часов |
|-----------|-----------|---|--------------|
| 1         | 1         | Регистрация аккаунтов популярных сервисов Yandex, Google, Dropbox   | 2            |
| 2         | 2         | Использование поисковых систем. Организация персонального виртуального пространства с помощью Evernote. Проведение маркетинговых исследований в индивидуально выбранной предметной области и оценка перспектив ведения электронного бизнеса в ней | 2            |
| 3         | 3         | Аренда хостинга и создание персонального сайта на базе CMS Wordpress  | 2            |
| 4         | 3         | Разработка бизнес-плана электронного бизнеса на основе персонального сайта  | 2            |
| 5         | 3         | Разработка системы показателей и модели бизнеса. Оценка эффективности. Мониторинг показателей   | 2            |
| 6         | 3         | Подбор плагинов для реализации бизнес-процессов в рамках персонального сайта  | 2            |
| 7         | 4         | Подключение доступных платежных систем в персональный сайт  | 2            |
| 8         | 5         | Подбор плагинов и модернизация темы WP для обеспечения безопасности сайта. Итоговая оценка эффективности бизнеса на основе сайта  | 2            |

## 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

## 5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС                                  |   |              |
|---|---|--------------|
| Вид работы и содержание задания                 | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)   | Кол-во часов |
| Подготовка к промежуточной аттестации (экзамен) | 1. Гаврилов, Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : СОЛОН-Пресс, 2009. — 592 с. - с. 4-587<br>2. Баин, А.М. Автоматизированные информационные системы электронных бизнес-отношений. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2009. — 208 с. - с. 3-206 | 30           |
| Подготовка к текущей аттестации                 | 1. Гаврилов, Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : СОЛОН-Пресс, 2009. — 592 с. - с. 4-587<br>2. Баин, А.М. Автоматизированные информационные системы электронных бизнес-отношений. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2009. — 208 с. - с. 3-206 | 30           |

## 6. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

| Инновационные формы учебных занятий                      | Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)          | Краткое описание   | Кол-во ауд. часов |
|--|---------------------------------|--|-------------------|
| Работа в рамках интерактивной информационной среды курса | Практические занятия и семинары | Работа в рамках интерактивной информационной среды курса | 16                |

## Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

| Инновационные формы обучения                             | Краткое описание и примеры использования в темах и разделах                                       |
|--|---|
| Работа в рамках интерактивной информационной среды курса | Информационная среда создается из персональных сайтов студентов (клиенто) и лидер-сайта (сервера) |

Использование результатов научных исследований, проводимых университетом, в рамках данной дисциплины: нет

## 7. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

### 7.1. Паспорт фонда оценочных средств

| Наименование разделов дисциплины      | Контролируемая компетенция ЗУНЫ   | Вид контроля (включая текущий) | №№ заданий |
|---------------------------------------|---|--------------------------------|------------|
| ИНТЕРНЕТ — СРЕДА ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА | ПК-10 умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; | текущий                        | 1          |

|  |  |         |      |
|--|--|---------|------|
|  | формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")   |         |      |
| ИНТЕРНЕТ — ИНФОРМАЦИОННЫЙ КАНАЛ И ОТРАСЛЬ СФЕРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ | ПК-28 способность создавать новые бизнес-проекты на основе инноваций в сфере ИКТ   | текущий | 2    |
| ИНТЕГРАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС                  | ПК-26 способность разрабатывать бизнес-планы по созданию новых бизнес-проектов на основе инноваций в сфере ИКТ   | текущий | 3    |
| Все разделы  | ПК-10 умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет") | экзамен | 1-55 |
| Все разделы  | ПК-28 способность создавать новые бизнес-проекты на основе инноваций в сфере ИКТ   | экзамен | 1-55 |
| Все разделы  | ПК-26 способность разрабатывать бизнес-планы по созданию новых бизнес-проектов на основе инноваций в сфере ИКТ   | экзамен | 1-55 |
| Все разделы  | ПК-19 умение готовить научно-технические отчеты, презентации, научные публикации по результатам выполненных исследований   | экзамен | 1-55 |
| Все разделы  | ПК-23 умение консультировать заказчиков по рациональному выбору ИС и ИКТ управления бизнесом   | экзамен | 1-55 |
| Все разделы  | ПК-25 способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка   | экзамен | 1-55 |
| Все разделы  | ПК-27 способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг   | экзамен | 1-55 |

## 7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

| Вид контроля | Процедуры проведения и оценивания   | Критерии оценивания   |
|--------------|---|---|
| текущий      | Текущий контроль осуществляется с помощью тестирования. В курсе 4 раздела, по каждому проводится тестирование. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Количество вопросов в тесте в зависимости от раздела. Правильный ответ на каждый вопрос теста соответствует 1-му баллу. Максимальное количество баллов за тест в каждом семестре – 60. Тест по 1 разделу - 12 баллов, Тест по 2 разделу - 12 баллов, Тест по 3 разделу - 12 баллов, Тест по 4 разделу - 12 баллов, Тест по 5 разделу - 12 баллов . | Зачтено: более 60 % правильных ответов в тесте<br>Не зачтено: менее 60 % правильных ответов в тесте |

|         |   |  |
|---------|---|--|
| экзамен | <p>Устный ответ по билетам. В билете 2 вопроса. На подготовку ответов студенту дается 45 минут, после чего происходит индивидуальная беседа с преподавателем. В случае некорректно или неправильно данных ответов студенту могут быть заданы уточняющие вопросы из этой темы. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)</p> <p>Правильный и развернутый ответ на вопрос соответствует 20 баллам. Не достаточно правильный ответ на вопрос соответствует 10 баллам. Неправильный ответ, отсутствие ответа на вопрос билета соответствует 0 баллов</p> <p>Максимальное количество баллов – 40. Весовой коэффициент мероприятия - 0,4. Экзамен считается завершенным, если по совокупности баллов студент набрал не менее 60 % общего рейтинга обучающегося, в ином случае студент направляется на пересдачу. На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Итоговая оценка проставляется в ведомость, зачетную книжку и, в конечном итоге, в приложение к диплому.</p> | <p>Отлично: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85...100 %</p> <p>Хорошо: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75...84 %</p> <p>Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...74 %</p> <p>Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %</p> |
|---------|---|--|

### 7.3. Типовые контрольные задания

| Вид контроля | Типовые контрольные задания   |
|--------------|---|
| текущий      | <p>Примерные вопросы к тесту</p> <p>1 К какому виду Интернет-аукциона относится данное утверждение: «Используется открытый формат предложений. Продавец назначает начальную цену, далее покупатели вступают в конкретную борьбу. Побеждает тот, кто на момент окончания аукционной борьбы предложил наивысшую цену»?</p> <p>a. Аукцион одновременного предложения<br/> b. Стандартный аукцион<br/> c. Голландский аукцион<br/> d. Аукцион закрытых предложений<br/> e. Двойной аукцион</p> <p>2 Для чего создаются дискуссионные листы?</p> <p>a. Предназначены для определенной целевой аудитории<br/> b. Для рассылки индивидуальных писем<br/> c. Для обмена информацией или обсуждения вопросов по выбранной теме, принимать участие могут все желающие</p> <p>3 К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие сколько-нибудь значительных трудностей в распространении товаров среди достаточно большой аудитории покупателей (потребителей)»?</p> <p>a. Модель Интернет – экономики<br/> b. Модель традиционной экономики</p> <p>4 К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей»?</p> |

|         |   |
|---------|---|
|         | <p>a. Модель Интернет – экономики<br/>b. Модель традиционной экономики</p> <p>5 К какой модели экономики относится данное утверждение: «Наличие проблемы обеспечения сохранности электронных денег у покупателей, что обуславливается надежностью принятой к использованию безналичной платежной системы»?</p> <p>a. Модель традиционной экономики<br/>b. Модель Интернет – экономики</p> <p>6 К какой модели экономики относится данное утверждение: «Привлечение капитала усложнено из-за необходимого строгого обоснования его последующего использования посредством разработки бизнес-плана»?</p> <p>a. Модель традиционной экономики<br/>b. Модель Интернет – экономики</p> <p>7 «Размещение тестово-графических рекламных материалов на контекстных площадках», какой вид Интернет-рекламы характеризует данное утверждение?</p> <p>a. Медийная реклама<br/>b. Всплывающие (pop-up) окна и spyware<br/>c. Контекстная реклама<br/>d. Поисковая реклама<br/>e. Геоконтекстная реклама<br/>f. Спам<br/>g. Вирусная реклама<br/>h. Индивидуальные письма<br/>j. Рассылки подписчикам<br/>i. Продакт-плейсмент в онлайн играх</p> <p>8 B2G - это модель взаимодействия?</p> <p>a. Бизнес-государство<br/>b. Потребитель-бизнес<br/>c. Бизнес-бизнес<br/>d. Бизнес-потребитель<br/>e. Потребитель-государство<br/>f. Потребитель-потребитель</p> <p>9 К каким способам раскрутки сайта относится данное утверждение: «Используя данные способы, вы сможете очень быстро получить результат, который, к сожалению, оказывается весьма не долгим.»?</p> <p>a. Черным способам раскрутки<br/>b. Серым способам раскрутки<br/>c. Белым способам раскрутки</p> <p>10 C2C – это модель взаимодействия?</p> <p>a. Потребитель-потребитель<br/>b. Бизнес-потребитель<br/>c. Потребитель-государство<br/>d. Бизнес-государство<br/>e. Бизнес-бизнес<br/>f. Потребитель-бизнес</p> <p>11 C2B – это модель взаимодействия?</p> <p>a. Потребитель-потребитель<br/>b. Бизнес-потребитель<br/>c. Потребитель-государство<br/>d. Бизнес-государство<br/>e. Бизнес-бизнес<br/>f. Потребитель-бизнес</p> |
| экзамен | <p>1. Понятие информационной экономики. Понятие сетевой экономики. Что является составляющими сетевой экономики?</p> <p>2. Что представляет собой электронный бизнес, каковы его составляющие? Как классифицируют электронный бизнес по критерию установления взаимоотношений между экономическими субъектами?</p>  |

3. Что представляет собой конвергенция Интернет-бизнеса?Какие составляющие формируют группу показателей, характеризующих объем ВВП, создаваемого в национальном секторе интернет-экономики в течение года (e-GDP)?Каковы основные особенности и проблемы сетевой экономики?
4. Охарактеризуйте классификацию товаров и услуг в системах электронной коммерции.Какова классификация способов доставки товаров в системах электронной коммерции?
5. Какие вы знаете способы расчетов в системах электронной коммерции?Назовите основные виды электронных платежных систем.
6. Каковы особенности бизнес-плана Интернет-компании?Какой тип рынка в Интернет-бизнесе является наиболее характерным?Какие существуют основные стратегии маркетинга и каковы их особенности?
7. Какова структура сайта компании, предоставляющей услуги интернет-трейдинга?Какие услуги должна предоставлять клиенту современная система интернет-трейдинга?Что представляет собой Интернет-банкинг?Перечислите виды рекламного бизнеса в Интернет.
8. Как осуществляется платный хостинг?Что такое Интернет-биржа?Из чего состоят доходы Интернет-биржи?Что такое Интернет-аукцион и из чего формируются его доходы?По каким правилам организуются торги на аукционах?
9. Что такое платежная система в сети Интернет?Классифицируйте основные виды отечественных и зарубежных платежных систем.
10. Охарактеризуйте технологические и бизнес-риски.В чем заключаются методы обеспечения безопасности в сети Интернет?В чем заключаются методы шифрования?Протоколы и стандарты безопасности в сети Интернет.Каковы виды и источники угроз безопасности электронной коммерции?
11. Особенности экономики постиндустриального общества
12. Понятие «электронный бизнес»
13. Понятие «электронная коммерция»
14. Понятие «интернет-бизнес»
15. Понятие «интернет-коммерция»
16. Типовой закон UNCITRAL об электронной торговле
17. Бизнес-процессы и бизнес-операции, использующие электронные средства передачи и обработки информации
18. История цифровых сетей передачи данных
19. Внутренняя инфраструктура Интернета
20. Новая модель создания стоимости в Интернете - сеть добавления стоимости
21. Основные сегменты (profit sites) сети создания стоимости в Интернете
22. Основные свойства Интернета
23. Конкурентная и макроэкономическая среда ЭБ
24. Основные типы бизнес-процессов в секторе ВВ
25. Системы управления закупками (e-procurement)
26. Системы полного сопровождения поставщиков SCM
27. Системы управления продажами (e-distribution)
28. Системы полного цикла сопровождения клиентов CRM
29. Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace)
30. Корпоративные представительства в Интернете
31. Виртуальные предприятия
32. Венчурное Интернет-инвестирование
33. Электронные торговые ряды
34. Интернет-медицина (электронное здравоохранение)
35. Платное предоставление информации
36. Электронное правительство (e-Government)
37. Налоговая отчетность посредством Интернета
38. Электронные системы государственных закупок
39. Классификация платежных систем
40. Требования к платежным системам

- |  |
|--|
| <p>41. Сравнение платежных инструментов электронного бизнеса</p> <p>42. Технология функционирования систем Интернет-банкинга</p> <p>43. Направления развития услуг Интернет-банкинга</p> <p>44. Интернет-реклама</p> <p>45. Продвижение сайта в поисковых системах: Рейтинги и каталоги</p> <p>46. Продвижение сайта в поисковых системах: Баннерная реклама</p> <p>47. E-mail реклама История возникновения и классификация пластиковых карт</p> <p>48. Основные понятия систем расчетов по пластиковым картам</p> <p>49. Основные участники и принципы функционирования систем расчетов по пластиковым картам</p> <p>50. Технология кредитования в системах расчетов по пластиковым картам</p> <p>51. Пластиковые карты в розничной торговле</p> |
|--|

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

#### *а) основная литература:*

1. Анташов, В. А. Основы предпринимательского дела: Благородный бизнес Учебник Под рук. и ред. Ю. М. Осипова. - М.: Гуманитарное знание: Тригон, 1992. - 430 с. ил.
2. Николаенко, А. А. Маркетинг [Текст] учеб. пособие А. А. Николаенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Технология, бизнес и компьютер. упр. машиностроит. пр-ва ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2002. - 67 с. ил.
3. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100% : Стратегия и тактика эффективного бизнеса [Текст] Р. Абрамс ; пер. с англ. С. Комарова. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 485 с. ил.

#### *б) дополнительная литература:*

1. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100% : Стратегия и тактика эффективного бизнеса [Текст] Р. Абрамс ; пер. с англ. С. Комарова. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 485 с. ил.
2. Попов, В. М. Глобальный бизнес и информационные технологии: Современная практика и рекомендации В. М. Попов, Р. А. Маршавин, С. И. Ляпунов; Под ред. В. М. Попова. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 269, [1] с. ил.

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

1. Междисциплинарный научно-практический журнал Бизнес-информатика
2. Электронный журнал WP Magazin <https://wpmag.ru/>

#### *г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. Методические рекомендации к практическим работам по дисциплине Электронный бизнес (электронные ресурсы кафедры)

#### *из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:*

1. Методические рекомендации к практическим работам по дисциплине Электронный бизнес (электронные ресурсы кафедры)

## Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы            | Наименование ресурса в электронной форме          | Библиографическое описание  |
|---|---------------------------|---|---|
| 1 | Основная литература       | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Гаврилов, Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : СОЛОН-Пресс, 2009. — 592 с. — Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/book/13783">http://e.lanbook.com/book/13783</a> — Загл. с экрана.                                      |
| 2 | Дополнительная литература | Электронно-библиотечная система издательства Лань | Баин, А.М. Автоматизированные информационные системы электронных бизнес-отношений. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2009. — 208 с. — Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/book/53881">http://e.lanbook.com/book/53881</a> — Загл. с экрана. |

## 9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. -MS SQL Server (бессрочно)
4. -Java SE SDK (комплект для разработки на Java SE)(бессрочно)
5. -Paint.NET(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий                     | № ауд.      | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий |
|---------------------------------|-------------|--|
| Практические занятия и семинары | 115<br>(3б) | компьютерный класс   |
| Самостоятельная работа студента | 115<br>(3б) | компьютерный класс   |
| Экзамен                         | 115<br>(3б) | компьютерный класс   |
| Лекции                          | 115<br>(3б) | мультимедиа  |