ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей кафедрой

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Максимова Т. В.
Пользователь: maksimovatv
Дата подписания: 22.05.2022

Т. В. Максимова

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.

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Максимова Т. В.
Пользователь: maksimovatv
Дата подписания: 22.05.2022

Т. В. Максимова

Разработчик программы, к.экон.н., доцент

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Калентеев С. В.
Пользователь: kalenteevsv
Дата подписания: 21.05.2022

С. В. Калентеев

Челябинск

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	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" 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 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"

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
Аудиторные занятия:	48	48
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	51,5	51,5
с применением дистанционных образовательных технологий	0	
Написание реферата	10	10
Подготовка к экзамену	20	20
Выполнение практических заданий	21,5	21.5
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
Подготовка к экзамену	Основы электронной коммерции [Текст] :	7	20

	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.		
Выполнение практических заданий	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	7	21,5

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

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-местр	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	1	3	3 балла - решены 3 задачи 2 балла - решены 2 задачи 1 балл - решена 1 задача	экзамен

			рекламной кампании			0 баллов - Задание не выполнено	
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	Текущий контроль	Контрольное мероприятие (итоговая контрольная)	1	12	Итоговая контрольная содержит 20 вопросов, затрагивающих все разделы курса и позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 60 мин. Контрольно-рейтинговое мероприятие проводится в форме письменного развернутого ответа на 2 вопроса из 20. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Ответ на каждый из вопросов оценивается максимум в 6 баллов. 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	экзамен
7	7	Проме-жуточная аттестация	Собеседование по вопросам дисциплины	-	5	В процессе собеседования осуществляется контроль освоения компетенций студентом. Собеседование проводится с целью проверки уровня знаний, умений,	экзамен

						приобретенного опыта, понимания студентом основных методов и законов изучаемой дисциплины, возможности дополнительно повысить свой рейтинг. Критерии оценивания: - даны полные, развернутые ответы на заданные вопросы, студент ориентируется в основных категориях курса - 5 баллов; - даны ответы на заданные вопросы, студент ориентируется в основных категориях курса с некоторыми затруднениями - 4 балла; - даны частичные ответы на заданные вопросы, студент имеет затруднения в описании основных категорий курса - 3 балла; - даны поверхностные ответы на заданные вопросы, студент не ориентируется в основных категориях курса - 2 балла; - студент не ответил на большую часть заданных вопросов, имеет существенные затруднения в категориях курса - 1 балл; - студент не ориентируется в основных категориях курса - 0 баллов. Максимальное количество баллов – 5 за задание	

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	На экзамене происходит оценивание знаний, умений и приобретенного опыта обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При недостаточной и/или не устраивающей студента величине рейтинга ему может быть предложено пройти собеседование с преподавателем по основным разделам дисциплины. В результате складывается совокупный рейтинг студента, который дифференцируется в оценку и проставляется в ведомость, зачетную книжку студента. Отлично: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85…100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося дисциплине 75…84 % Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60…74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0…59 %. Оценка по дисциплине вносится в «Приложение к диплому».	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ						
		1	2	3	4	5	6	7

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"		+				+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Сотникова, О. П. Интернет-издание от А до Я. Руководство для веб-редактора [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности "Журналистика" О. П. Сотникова. - М.: Аспект-Пресс, 2014. - 157, [1] с. ил.

б) дополнительная литература:

1. Амблер, Т. Практический маркетинг [Текст] Т. Амблер ; пер. с англ.: И. Петрова, В. Васильева ; под общ. ред. Ю. Н. Каптуревского. - СПб. и др.: Питер, 1999. - 393, [2] с. ил.

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 электронной форме	Библиографическое описание

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
Экзамен	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
Лекции	452 (2)	Мультимедийное оборудование, компьютер, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, программное обеспечение