

Министерство просвещения РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Дагестанский государственный педагогический университет им. Р. Гамзатова»
Факультет профессионально-педагогического образования
Кафедра интеллектуальных систем и цифровой экономики

УТВЕРЖДАЮ
И.о. начальника УМУ
Теймур Сагдиев Р.Ю.
« » 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.01 Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)
Б1.В.ДВ.01.01 Бизнес информатика

Направление подготовки 44.03.04 *Профессиональное обучение (по отраслям)*
Профиль подготовки *Информационные технологии*
Квалификация *Бакалавр*
Формы обучения: *очная; заочная*
Год приёма – 2025

| Форма обучения | Курс | Семестр | Количество часов | | | | | Форма итоговой аттестации (экз./зачет) |
|----------------|------|---------|------------------|--------|----------------------|------------|-----|--|
| | | | Трудоёмкость | Лекции | Практические занятия | Плом. кон. | СРС | |
| Очная | 2 | 4 | 72 | 14 | 16 | | 42 | Зачет |
| Заочная | 2 | 4 | 72 | 2 | 4 | 3 | 63 | Зачет |

Махачкала, 2025

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является усвоение студентами представления об общих принципах, моделях и технологиях организации электронного бизнеса, о его современном состоянии и развитии.

Достижение основной образовательной цели предполагает решение следующих **задач**:

1. Формирование теоретических знаний студентов об основах организации и функционирования предприятий электронного бизнеса;
2. Изучение классификации основных направлений электронного бизнеса его достоинств и недостатков, а также вопросов, связанных с построением эффективной инфраструктуры предприятий электронной коммерции;
3. Обучение студентов системам электронного управления документами;
4. Усвоение методов оценки эффективности функционирования предприятий электронного бизнеса, перспектив их развития и решения проблем, возникающих в их деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Бизнес информатика» входит в вариативную часть учебного плана по направлению 44.03.04 Профессиональное обучение и изучается по выбору студента.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у студентов в результате освоения дисциплин: «Информатика», «Производственное обучение», «Информационные и коммуникационные технологии в образовании», «Экономическая теория», «Компьютерные коммуникации и сети», «Информационные системы», «Прикладные программные средства».

Знание по дисциплине «Электронный бизнес» необходимо студентам для изучения дисциплин «Организация электронной коммерции», «Экономика образования» и выполнения заданий учебной и производственной практик.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина «Бизнес информатика» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС по направлению 44.03.44 Профессиональное обучение:

а) профессиональные (ПК):

- - готовностью к анализу и организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности в учебно-производственных мастерских, организациях и предприятиях (ПК-24) ;
- способностью выполнять работы соответствующего квалификационного уровня (ПК-32);

– готовностью к формированию профессиональной компетентности рабочего (специалиста) соответствующего квалификационного уровня (ПК-34).

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

– тенденции и перспективы развития электронного бизнеса в России за рубежом;

– способы и методы организации электронного бизнеса;

– технологии ведения расчетов между покупателями и продавцами посредством сети Интернет;

уметь:

– проводить анализ и оценку эффективности электронного бизнеса;

– применять современные информационные технологии и инновационные подходы при разработке систем, объектов, процессов и технологий электронного бизнеса;

– проектировать Интернет-приложения для электронного бизнеса с использованием существующих средств автоматизации разработки;

– осуществлять поиск и анализ информации Интернет для информационного обеспечения и оценки деятельности электронного предприятия;

владеть:

– способностью распознавать различные виды технологий при ведении расчетов между покупателями и продавцами в сети Интернет;

– навыками работы в рамках отдельных технологий электронного бизнеса;

– способами применять полученные знания для решения типовых задач выбора и применения технологий ведения электронного бизнеса.

Таблица 1

3. Объём дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Всего часов | |
|---------------------------------------|-------------|-----------|
| | Очно | Заочно |
| Общая трудоемкость (час) | 72 | 72 |
| Трудоемкость в зачетных единицах | 2 | 2 |
| Аудиторные занятия (всего) | 30 | 6 |
| лекции | 14 | 2 |
| Практические занятия (пз) | 16 | 4 |
| промежуточный контроль | | 3 |
| Самостоятельная работа (всего) | 42 | 63 |
| Итоговая аттестация | Зачет | Зачет |

5. Содержание дисциплины

Таблица 2

5. 1.Содержание разделов дисциплины

| № п/п | Наименование разделов | Содержание разделов |
|--|---|--|
| Модуль 1. Основы и составляющие электронного бизнеса | | |
| 1.1 | Основные понятия электронного бизнеса | Понятие электронной коммерции. История электронной коммерции. Структура рынка электронной коммерции. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Факторы развития систем электронной коммерции. Преимущества использования электронной коммерции. |
| 1.2. | Основные формы присутствия компаний в интернете | Коммерческий цикл в электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции. Базовые технологии (техно-экономические и правовые основы) электронной коммерции. |
| 1.3. | Электронный маркетинг и брендинг | Общее понятие сектора ЭК. История развития секторов ЭК. Основные сектора ЭК (С2С, В2В, В2С). Понятие секторов С2С, В2В, В2С. Системы электронной коммерции в потребительском секторах С2С, В2В, В2С. |
| 1.4. | Электронный брендинг | Системы электронной коммерции в потребительском секторах С2С, В2В, В2С. |
| Модуль 2. Планирование и организация электронного бизнеса | | |
| 2.1 | Платежные системы и Интернет-банкинг | Интернет-проект в ЭК. Факторы эффективного развития интернет-проектов. Создание и внедрение приложений ЭК. |
| 2.2. | Электронный бизнес в социальных сетях | Системы ЭК. Использование систем класса РЕЕР-ТО-РЕЕР в ЭК. Взаимодействие бизнеса и граждан с государством. Процесс внедрения ERP-системы. |
| 2.3. | Электронные торги, государственные закупки | Понятие и структура сайтпромоутинга. Интернет-реклама. Понятие поисковой оптимизации. Понятие и цели поисковой оптимизации. Методы поисковой оптимизации. Увеличение релевантности веб-ресурса. |
| 2.4. | Правовые основы электронного бизнеса | Инструменты правового регулирования взаимоотношений в электронном бизнесе. Сферы правового регулирования в электронном бизнесе. Международные правовые основы электронной коммерции. Российские организации, занимающиеся правовым обеспечением и организационными вопросами в сфере электронного бизнеса. Правовые нормы ведения электронного бизнеса в России. |

Таблица 3

5.2. Тематический план изучения дисциплины

| № п/ п | Раздел дисци- плины | Виды учебной работы и их трудоемкость (час) | | | | | | | | Форми- руемые компе- тенции |
|--|---|---|-------------|------------------------------|-------------|----------------------------------|-------------|----------|--------|--------------------------------------|
| | | Лекции | | Практиче- ские занятия | | Промежу- точный кон- троль | | СРС | | |
| | | Очн о | За- очно | Очн о | За- очно | Очн о | За- очно | Очн о | Заочно | |
| Модуль 1. Основы и составляющие электронного бизнеса | | | | | | | | | | |
| 1.1 | Основные понятия электронного бизнеса | 2 | | 2 | | | | 4 | 6 | ОК-3, ПК-11, ПК-14. |
| 1.2 | Основные формы присутствия компаний в интернете | 2 | | 2 | 2 | | | 4 | 8 | ОК-3, ПК-11, ПК-14. |
| 1.3 | Электронный маркетинг и брендинг | 2 | 2 | 2 | | | | 6 | 8 | ОК-3, ПК-11, ПК-14. |
| 1.4 | Электронный брендинг | 2 | | 2 | | | | 4 | 8 | ОК-3, ПК-11, ПК-14. |
| | Промежуточный контроль | | | | | | | | | |
| | Итого по 1 модулю | | | | | | | | | |
| Модуль 2. Планирование и организация электронного бизнеса | | | | | | | | | | |
| 2.1 | Платежные системы и Интернет-банкинг | 2 | | 2 | 1 | | | 6 | 9 | ОК-3, ПК-11, ПК-14. |
| 2.2 | Электронный бизнес в социальных сетях | 2 | | 2 | | | | 6 | 8 | ОК-3, ПК-11, ПК-14. |

| | | | | | | | | | | |
|-----|--|-----------|----------|-----------|----------|--|--|----------|-----------|---------------------|
| 2.3 | Электронные торги, государственные закупки | 1 | | 2 | 1 | | | 6 | 8 | ОК-3, ПК-11, ПК-14. |
| 2.4 | Правовые основы электронного бизнеса | 1 | | 2 | | | | 6 | 8 | ОК-3, ПК-11, ПК-14. |
| | Промежуточный контроль | | | | | | | | | |
| | Итого по II модулю | | | | | | | | | |
| | Итоговая аттестация | За-чет | За-чет | | | | | 3 | | |
| | Итого | 14 | 2 | 16 | 4 | | | 3 | 42 | 63 |

Таблица 4

5.3. Темы практических занятий

| № п/п | Разделы дисциплины | Тема | Цель | Учебно-методические материалы | Результат |
|---|---|---|---|-------------------------------|---|
| Модуль I. Основы и составляющие электронного бизнеса | | | | | |
| 1.1 | Основные понятия электронного бизнеса | Виды электронного бизнеса | Обучить составлению аналитического обзора Web-сайтов по отдельным видам электронного бизнеса или web-сайтов конкурентов. | | Отчет в печатной форме. |
| 1.2 | Основные формы присутствия компаний в интернете | Торговая площадка | Сформировать умения продажи собственной продукции, покупки материалов, комплектующих изделий, заключать договора, проводить платежи в режиме on-line. | | Проведение закупок на конкурсной основе в режиме off-line, on-line. |
| 1.3 | Электронный маркетинг и брендинг | Разработка бизнес-плана собственного электронного бизнеса | Развить навыки умение организации планов маркетинга, раскрутки и | | Разработанный бизнес план (проект) собственного |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | оптимизации сайта». | | электронного бизнеса. Отчет в печатной форме. |
| 1.4 | Электронный брендинг | Разработка бизнес-плана собственного электронного бизнеса | Обучить проектированию бизнес-плана собственного электронного бизнеса. | | Разработанный бизнес план (проект) собственного электронного бизнеса Оптимизация сайта |
| Модуль 2. Планирование и организация электронного бизнеса | | | | | |
| 2.1 | Платежные системы и Интернет-банкинг | Платежные системы | Закрепить на практике навыки работы с различными платежными системами. | | Письменный отчет исследования принципов работы и основного функционала платежных систем |
| 2.2 | Электронный бизнес в социальных сетях | Использование программных продуктов для разработки бизнес-планов (MS Project, Project Expert). | Обучить разработке бизнес-планов (MS Project, Project Expert). | | Демонстрация бизнес-плана в программе MS Project, |
| 2.3 | Электронные торги, государственные закупки | И изучение типовых договоров, необходимых для регулирования электронной торговли | Сформулировать необходимые навыки составления типовых договоров и соглашений для электронных торгов | | Составленные договора |
| 2.4 | Правовые основы электронного бизнеса | Нормативно-правовые акты регламентирующие электронный бизнес | Изучить нормативно-правовые акты, регулирующие эл.бизнес по следующим вопросам: подключения и использования Интернет; защиты информации в Интернет; рекламы в Интернет; защиты | | Устный опрос |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | авторского права в Интернет; защиты авторского права в Интернет; преступлений, совершаемых в Интернет; | | |
|--|--|--|--|--|--|

5.4. Самостоятельная работа студентов

5.4.1. Основные направления самостоятельной работы

- изучение литературы и лекционного материала;
- подготовка к лабораторным занятиям, оформление их результатов и защита;
- подготовка к промежуточному и торговому контролю;
- написание рефератов, подготовка презентаций по дисциплине;

5.4.2. Тематика рефератов

1. Российская реальность и перспективы Интернет - экономики в России.
2. Интернет - новый глобальный рынок и уникальный маркетинговый инструмент.
3. Инвестиционная привлекательность российского Интернет-бизнеса.
4. Особенности конкуренции на Интернет-рынке.
5. Перевод бизнес-процессов в Интернет-пространство.
6. Бизнес в Интернете: от простого Вэб-сайта до информационного портала.
7. Организация бизнеса в Интернете, секреты успеха.
8. Технология разработки Интернет-проектов.
9. Разработка стратегии продвижения сетевого ресурса.
10. Проблемы внедрения Интернет-проектов.
11. Сущность и содержание электронного бизнеса.
12. Разработка глоссария терминов электронного бизнеса.
13. История возникновения электронного бизнеса.
14. Эволюция бизнеса в Интернете.
15. Правовые аспекты бизнеса в Интернете.
16. Электронный бизнес и государственные структуры.
17. Электронная коммерция как основа электронного бизнеса.
18. Сущность и содержание электронной коммерции.
19. Тактические приемы электронной коммерции.
20. Индивидуализация торговли (business to consumer).
21. Торговля товарами и услугами через виртуальный магазин.
22. Сходства и различия традиционного и виртуального магазинов. 23. Технология торговли в виртуальном магазине.
24. Интеграция корпоративных связей (business to business).
25. Правовая основа электронной коммерции.

26. Системы электронных платежей в Интернете.
 27. Банковские услуги посредством Интернет.
 28. Классификация видов Интернет-услуг.
 29. Дистанционное образование как вид Интернет-бизнеса.
 30. Консалтинг в сфере электронного бизнеса.
 31. Сущность и содержание мобильного бизнеса.
 32. Телеработа: глобальные изменения на рынке труда.
 33. Перспективы развития электронного бизнеса в России.
 34. Примеры успешных решений в области электронного бизнеса. 35. Влияние электронного бизнеса на жизнь общества.

Таблица 5

5.4.3. Задания для самостоятельного выполнения

| № п/п | Разделы дисциплины | Количество часов | Задания | Литература | Форма отчетности и контроля |
|---|---|------------------|---|---------------|---|
| Модуль I. Основы и составляющие электронного бизнеса | | | | | |
| 1.1 | Основные понятия электронного бизнеса | 4 | 1. Изучение литературы и лекционного материала. 2. Подготовка к практическим занятиям. 3. Подготовка рефератов (1-4,17-18) | 3,4,5,7,8 | Отчет по практической работе №1. Реферат в форме презентации |
| 1.2 | Основные формы присутствия компаний в интернете | 4 | 1. Изучение литературы и лекционного материала. 2. Подготовка к практическим занятиям. 3. Подготовка рефератов 13,14,22,23,28 | 3,4,5,6,7,8,9 | Отчет по практической работе №2. Реферат в форме презентации |
| 1.3 | Электронный маркетинг и брендинг | 6 | 1. Изучение литературы и лекционного материала. 2. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка рефератов 8,9,10,20,19 | 1,7,8,9 | Отчет по практической работе №3. Реферат в форме презентации |
| 1.4 | Электронный брендинг | 4 | 1. Изучение литературы и лекционного материала. | 1,7,8,9,11 | Отчет по практической работе №4. |

| | | | | | |
|---|--|---|--|------------------|---|
| | | | 2. Подготовка к практическим занятиям. 3. Подготовка рефератов: 6,7,11,12 | | Реферат в форме презентации |
| Модуль II. Планирование и организация электронного бизнеса | | | | | |
| 2.1 | Платежные системы и Интернет-банкинг | 4 | 1. Изучение литературы и лекционного материала. 2. Подготовка к практическим занятиям. 3. Подготовка рефератов: 24, 26,27 | 4,9,10,13 | Отчет по практической работе №5. Реферат в форме презентации |
| 2.2 | Электронный бизнес в социальных сетях | 4 | 1. Изучение литературы и лекционного материала. 2. Подготовка к практическим занятиям. 3. Подготовка рефератов: 23, 29,31, 32 | 1,2,6,7,11,13,14 | Отчет по практической работе №6. Реферат в форме презентации |
| 2.3 | Электронные торги, государственные закупки | 4 | 1. Изучение литературы и лекционного материала. 2. Подготовка к практическим занятиям. 3. Подготовка рефератов: 16, 19, 30,35 | 1,2,9,10,14 | Отчет по практической работе №7. Реферат в форме презентации |
| 2.4 | Правовые основы электронного бизнеса | 6 | 1. Изучение литературы и лекционного материала. 2. Подготовка к практическим занятиям. 3. Подготовка рефератов: 5, 15,25,33,34 | 1,2,9,10,11,12 | Отчет по практической работе №8. Реферат в форме презентации |

6.Образовательные технологии

Учебная работа подразделяется на следующие виды: занятия в аудитории и самостоятельную работу студентов.

В аудитории проводятся лекции и лабораторные занятия. Лекционные занятия освещают концептуальные и теоретические вопросы. На них обучаемым предлагается базовый материал курса. Лекционные занятия проводятся с применением мульти-медийных средств. Лабораторные занятия проводятся с целью закрепления лекционного материала с помощью показа и разбора конкретных примеров, обсуждения проблемных вопросов, а также освоения конкретных языков и систем, а также получения навыков решения задач с использованием изученных систем. На лабораторных занятиях студенты должны научиться владеть методами оценки эффективности функционирования предприятий электронного бизнеса; перспектив развития и проблем каждого из направлений, а также законодательных и правовых вопросов.

Самостоятельная работа выполняется студентами по предлагаемым темам, в том числе выбранным для самостоятельного изучения. Некоторые из них докладываются на семинарах с последующим обсуждением студентами.

7. Оценочные средства контроля текущей успеваемости и промежуточной аттестации студентов

7.1. Модуль I

Тест 1.

1. Форма бизнеса, при которой все стороны деловых отношений, включая продажи, маркетинг, финансовый анализ, платежи, поиск сотрудников, поддержку клиент и партнеров, перенесены в Интернет - это:

- a) Электронный бизнес.
- b) Оффшорный бизнес.
- c) Деловой.
- d) Традиционный

2. Экономическими предпосылками возникновения и развития электронной коммерции является:

- a) Возможность снижения транзакционных издержек за счет передачи информации получателю напрямую, минуя стадию бумажных документов.
- b) Возможность осуществления бизнес – процессов электронным образом на основе информационно – коммуникационных технологий.
- c) Объективная необходимость снижения издержек, возникающих в коммерческих циклах, и приближение их к нормам, достигнутым в результате автоматизации циклов производственных.
- d) Возможность снижения издержек на получение необходимой для ведения бизнеса информации.

3. Платежи в электронном бизнесе можно осуществить следующим образом: (тип вопроса: множественный выборочный вопрос)

- a) оплата наличными
- b) оплата банковским переводом

- c) оплата наложенным платежом
- d) оплата почтовым или телеграфным переводом
- e) электронной наличностью
- f) дебетовой пластиковой картой
- g) кредитной пластиковой картой
- h) электронной наличностью
- i) web – деньгами
- j) скретчкартой
- k) смарткартой
- l) все варианты верны
- m) все варианты верны кроме 4
- n) все варианты верны кроме 1,2,4
- o) все варианты верны кроме 4, 10

4. Хостинг - это:

- a) Разработка структуры, дизайна и содержимого сайта
- b) Регистрация сайта в органах, регулирующих предпринимательскую деятельность
- c) Регистрация доменного имени сайта.
- d) Размещение сайта на собственном или арендуемом сервере

5. Основным показателем эффективности Интернет-рекламы является

- a) Коэффициент возврата посетителей.
- b) Стоимость одной продажи
- c) Отношение числа нажатий к числу показов.

6. Экономическая эффективность электронного бизнеса - это:

- a) Отношение результата его применения к затратам, связанным с разработкой и эксплуатацией системы.
- b) Отношение прибыли к затратам.
- c) Отношение дохода к затратам.

7. Для оценки эффективности электронного бизнеса используют:

- a) Экономические, маркетинговые и организационные показатели.
- b) Процент увеличения валового дохода к предыдущему периоду.
- c) Процент увеличения посетителей сайта.

8. Какие из видов моделей применимы в области здравоохранения, программного обеспечения, телекоммуникаций:

- a) Вертикальные.
- b) Горизонтальные.
- c) Смешанные.
- d) Все выше указанные.

9. Правовой основой электронной коммерцией является:

- a) Электронная цифровая подпись.
- b) Гражданский кодекс РФ.
- c) Закон «Об электронной цифровой подписи».

10. Электронная цифровая подпись это:

а) Реквизит электронного документа, предназначенный для защиты данного электронного документа от подделки, аутентификации пользователя и придания документу юридической силы. б) Набор символов в электронном документе, подтверждающих его подлинность.

с) Совокупность данных в виде имени и пароля пользователя информационной системы, а также печати организации на распечатке документа для удостоверения его подлинности.

11. Какие виды деятельности в Интернет признаются преступлениями?

а) Распространение рецептов изготовления наркотиков.

б) Распространение рекламы об интим-услугах и товарах.

с) Размещение информации с угрозами взрывов или поджогов.

д) Размещение информации, компрометирующей должностных лиц и правительство.

12. Размер пластиковой карты устанавливается:

а) Банком – эмитентом и может быть произвольным.

б) Фирмой, принимающей оплату по пластиковым картам.

с) Банком – эквайером и составляет $L = 85.6$ мм, $S = 53.9$ мм, $H = 0.76$ мм.

д) Международной организацией стандартизации ISO.

13. Закон о рекламе не регулирует вопросы:

а) 1. Неэтичной рекламы.

б) 2. Рекламы в Интернет.

с) 3. Заведомо ложной рекламы.

14. Спам – это:

а) 1. Незапрашиваемая информация, рассылаемая в массовом порядке по электронной почте.

б) 2. Незаконная реклама.

с) 3. Один из наиболее эффективных способов рекламы.

15. Уровень зрелости электронных платежных систем определяют следующие требования:

а) 1. Конфиденциальность.

б) 2. Целостность информации.

с) 3. Идентификация.

7.2. Модуль II

Тест2.

Для каждого вопроса необходимо указать соответствие номера подвопроса и буквы правильного ответа

1. Выделите отличительные черты структуры 1 – интернет – магазина и 2-корпоративного сайта.

а) очень подробная информация о самом проекте;

б) наличие интересной тематической информации, которая может быть полезна аудитории;

- в) наличие специальных разделов, содержащих подробные пошаговые инструкции по каждой форме оплаты;
- г) наличие специальных систем автоматизации обработки заказа;
- д) необходимость повышения узнаваемости и известности логотипа, поэтому оформление главной страницы сайта обычно осуществляется с использованием фирменного стиля и фирменных цветов, на видном месте располагается рекламный слоган.
- е) главная страница не должна быть "тяжелой", в смысле объема, измеряемого в килобайтах;
- ж) на самом видном месте должны находиться основные рубрики каталога товаров и поисковая система

2. Выделите отличительные черты: 1- Интернет-трейдинга, 2 - Платежных систем, 3 - Интернет-банкинга.

- а) высокий "порог входа", обеспечения максимально простых механизмов внесения денежных средств для пополнения счетов и механизмов снятия денег со счетов.
- б) позволяют удаленно, из офиса фирмы, совершать платежи со счета, передавая платежные поручения по прямому каналу с банком или через Интернет по защищенному каналу
- в) наблюдение рыночной информации,
- г) открытие и ведение виртуальных счетов клиентов
- д) Online-интеграция с системами технического анализа, с архивами и базами данных;
- е) строятся с учетом специфики взаимоотношений продавцов и покупателей в данной отрасли;

3. Выделите отличительные черты структуры 1 – баннерной сети, 2- рекламного агентства, 3- дизайн-студии.

- а) Наличие портфолио;
- б) Наличие небольшого прямоугольного графического изображения в формате GIF, JPG или другом, который можно использовать для его размещения на сайте, содержащего рекламное изображение и гиперссылку, ведущую на сайт рекламодателя;
- в) Наличие промоушн-страниц;
- г) Сайт должен являться образцом того, на что способны разработчики. Поэтому часто сайты являются образцом применения максимума последних разработок в области программного обеспечения для Web;
- д) Программное обеспечение, обеспечивающее процедуру обмена рекламными носителями; между сайтами-участниками;

4. Охарактеризуйте варианты концепций бизнеса в Интернете: 1 - организация продаж через Интернет товаров или услуг существующего неэлектронного бизнеса, 2-информационная поддержка существующего неэлектронного бизнеса, 3 - рекламная модель, 4 - создание Интернет-компании, реализующей товары и услуги исключительно через Интернет.

- а) создание сайта, содержащего интересное и/или полезное целевой аудитории информационное наполнение, предоставление посетителям разнообразных бесплатных сервисов, привлечение на сайт максимального количества посетителей всевозможными средствами;
- б) создание корпоративного сайта, содержащего информацию о компании, ее товарах, услугах, ценах, сервисе, лицензиях и т. п.;
- в) создание интерактивного корпоративного сайта, предоставляющего клиенту всю необходимую информацию о компании и ее продукции, товарах и услугах; обеспечение возможности оформления клиентом online-заказа; создание системы доставки заказов или использование уже существующей, если таковая имеется; продвижение продукции, товаров и услуг средствами сетевой рекламы;
- г) создание интерактивного сайта, обеспечивающего работу с клиентами; налаживание системы поставок и складской системы; организация системы доставки заказов; подключение к системам приема платежей через Интернет;
- д) создание сайта для сбора благотворительных пожертвований;

5. Интересно, насколько вы разбираетесь в бизнес – моделях, с точки зрения клиентуры компании: 1-бизнес, ориентированный на конечного физического потребителя, 2-бизнес, обеспечивающий взаимодействие между большим количеством физических потребителей, 3 – маркетинговые системы, 4 – электронное правительство, 5 - бизнес для бизнеса?

- а) С2А;
- б) G2С;
- в) В2С;
- г) С2В;
- д) С2С;
- е) В2В;
- ж) В2А, В2G;

6. Что, на ваш взгляд, наиболее характерно для структуры системы 1- В2С, 2 - В2В, 3- С2С?

- а) Средства технического анализа online;
- б) Средства электронного документооборота;
- в) Площадка хостинга сайта;
- г) Бэк-офис;
- д) Служба доставки;
- е) Подразделение по работе с поставщиками;
- ж) Система расчетов за товары и услуги;
- з) Маркетинговая служба;
- и) Все перечисленное;

7. Расположите в правильной последовательности этапы оценки жизнеспособности бизнес-идеи В2С.

- а) Сколько посетителей и какими способами первоначально должно быть привлечено на сайт для формирования необходимого круга покупателей?

Почему посетители будут совершать покупки именно на сайте компании, а не у конкурента?

- б) Какой уровень цен необходимо установить на продукцию, товары, услуги компании, чтобы окупить все затраты и получить планируемую прибыль? Будут ли продукция, товары, услуги, предлагаемые компанией, конкурентоспособны при таких ценах?
- в) Какова цена начального формирования и ежемесячного поддержания аудитории сайта с использованием выбранных средств? Какова цена сформированной аудитории сайта?
- г) Как будет осуществляться обслуживание потребителей (технология)?
- д) Какие потребности клиентов будет удовлетворять проект?
- е) Какова средняя сумма покупки и сколько покупателей в месяц должны совершать покупки для достижения планируемого объема продаж?
- ж) Сколько новых посетителей и какими способами должно ежемесячно привлекаться на сайт для поддержания сформированного круга покупателей и, возможно, его расширения?
- з) Какую рыночную нишу (сегмент рынка) он займет? Его емкость, конкуренты?
- и) Каковы эти затраты в пересчете на единичную продажу? Какова себестоимость продукции, товаров, услуг с учетом вышеуказанных расходов?
- к) Какую долю рынка в этом сегменте проект планирует захватить? Какой объем продаж необходим компании для достижения контроля над соответствующей долей рынка?

8. Что, на ваш взгляд, наиболее характерный пример реализации модели 1- В2С, 2 - В2В, 3- С2С?

- а) электронные казино;
- б) Интернет - магазины;
- в) компании-производители и продавцы оборудования, сырья, товаров и услуг;
- г) консалтинговые компании;
- д) интернет - биржи;
- е) Интернет – аукционы;

9. Чем отличаются интернет-сервисы: 1 - контент-проект, 2 - новостные сайты, 3 - аналитические отчеты и исследования.

- а) Вместо того, чтобы предоставлять клиенту доступ к базам данных, компания может сама, по заказу клиента, провести анализ хранящихся в базе материалов и подготовить для клиента отчет по интересующему его вопросу.
- б) проект, ориентированный на создание сайта, содержащего бесплатную информацию, способную привлечь значительную аудиторию пользователей сети.
- в) недоступность информации широкому кругу пользователей сети без оплаты;
- г) достоверность и полнота информации

д) Наличие сведений о том, кто готовил информацию, какими источниками тот пользовался, об уровне профессиональной подготовки автора материала.

10. Выделите отличительные черты: 1 – каталога, 2- рейтинга, 3- поисковой системы, 4 – портала.

а) совершает поиск в огромном массиве информации и обрабатывает такое количество сайтов, которое никогда не сможет собрать ни один каталог, формируемый людьми;

б) иерархически организованная структура, содержащая названия и аннотации сайтов, распределенных по тематике в соответствии с разделами;

в) Участники проекта устанавливают на страницах своих сайтов счетчики (фрагменты кода), которые регистрируют визиты на сайт и сообщают о них программе, формирующей результаты проекта;

г) состоит из трех основных частей: поискового робота, базы индексов и программы поиска по базе индексов;

д) очень подробная информация о самом проекте;

е) многопрофильный сайт, содержащего большое количество специализированных по направлениям ресурсов, объединенных общей навигационной системой и, как правило, единой системой регистрации и авторизации;

11. Чем отличаются интернет-сервисы: 1 - Web-студия, 2 - дизайн-студия, 3 - агентство интернет-рекламы, 4 - девелоперская компания, 5 - баннерная сеть, 6 - сервисы по управлению рекламой.

а), Производит наблюдение рыночной информации;

б) Специализируется на Web-дизайне и разработке сайтов;

в) Позволяет сайтам-участникам обмениваться показами специализированных рекламных носителей;

г) Позволяет эксплуатировать механизм ротации рекламных носителей и фокусировки показов;

д) Занимается только рекламой и изготовлением рекламных носителей;

12. Какие могут быть варианты целей бизнеса в Интернете: 1-организация продаж через Интернет товаров или услуг существующего неэлектронного бизнеса, 2-рекламная модель, 3-информационная поддержка существующего неэлектронного бизнеса, 4-создание Интернет - компании, реализующей товары и услуги исключительно через Интернет.

а) формирование на сайте проекта возможно более широкую или не столь обширную, но жестко сегментированную, аудиторию посетителей и продавать контакт с ней рекламодателям

б) создание еще одного рекламно-информационного канала, облегчение коммуникации с действующими и потенциальными партнерами, формирование положительного имиджа компании как предприятия, использующего современные технологии.

в) использование Интернета для рекламы и сбыта продукции, товаров и услуг.

г) реализация в Интернете полного бизнес - цикла, ориентированного на получение прибыли от торгово-закупочной деятельности и/или от оказания услуг.

д) получение прямого дохода;

е) получение косвенного дохода;

ж) устранение конкуренции;

13. Чем отличаются интернет-сервисы: 1 - списки рассылки, 2 - форум, 3 - ICQ, 4 - почтовые сервисы, 5 - чат.

а) Осуществляет передачу информации от одного пользователя многим. При этом вся переписка, которая ведется на сайте проекта, доступна всем пользователям, что очень удобно для открытого обсуждения каких-либо тем и вопросов;

б) Модель бизнеса на продаже рекламодателям контакта с аудиторией своих пользователей в виде размещения рекламы на главной странице, в пользовательском интерфейсе, в письмах, отправляемых пользователями друг другу и внешним адресатам.

в) Сервис по регулярной отправке ограниченному кругу пользователей электронных писем, содержащих интересующую их информацию по какому-либо вопросу. Рассылка может проводиться с разной степенью регулярности;

г) Разговор ведется в реальном времени. Интерфейс - окно, в котором постоянно появляются текстовые сообщения, набранные участниками дискуссии с клавиатуры. При этом в начале каждого сообщения автоматически указываются условное имя отправителя и время создания сообщения;

д) Разговор, в который допущен только определенный круг лиц, и в котором пользователи могут общаться друг с другом, не делая свой разговор достоянием широкой общественности. Общение через сервис в значительной степени напоминает телефонную беседу двух абонентов, но сообщения вводятся с клавиатуры и поступают получателю в виде текста в специальном окне интерфейса;

7.3. Методика балльно-рейтингового оценивания успеваемости студентов по дисциплине

Контроль и оценка учебных достижений студентов по дисциплине «Электронный бизнес» проводится в балльно-рейтинговой системе с использованием кредитно-зачетных единиц. Итоговые баллы по результатам изучения дисциплинарных модулей и всего курса основывается на интегральной оценке всех видов учебной (аудиторной, внеаудиторной, самостоятельной). Балльно-рейтинговая система оценки учебной работы студентов по дисциплине «Электронный бизнес» опирается на следующие принципы:

- модульность, предполагающая формирование содержания образования в виде модулей;

- мониторинг, означающий непрерывный контроль текущей, аудиторной и самостоятельной работы студентов;

- рейтингование педагогических достижений студентов по завершению изучения каждого модуля;
- систематичность контроля;
- гласность для всех участников образовательного процесса результатов оценки учебной деятельности студентов;
- кумулятивность (накопительность) оценок при выполнении различных видов учебной деятельности, предусмотренных образовательной программой дисциплины.

Для решения задач дисциплины все участники образовательного процесса должны быть ознакомлены с порядком и правилами использования балльно-рейтинговой системы оценки учебной работы студентов.

Для реализации идей балльно-рейтинговой системы оценки учебных достижений студентов содержание образовательной программы разбито на 3 дисциплинарных модуля. В каждом дисциплинарном модуле предусмотрено проведение лекционных и практических занятий, самостоятельное выполнение заданий, написание рефератов и выступление с докладами. Изучение дисциплинарного модуля завершается итоговым контролем. В конце изучения курса (всех дисциплинарных модулей) по желанию студентов проводится итоговое тестирование.

Балльно-рейтинговая система оценки является составной частью организации учебного процесса с использованием зачетных единиц. Рейтинговая оценка по учебному модулю складывается из количества баллов, набранных студентом за текущую, самостоятельную, учебную работу и баллов, полученных при промежуточном контроле по итогам изучения данного модуля.

Текущий контроль по курсу «Электронное бизнес» включает:

- *лекционные занятия (2 часа)*: неявка на занятия – 0; посещение занятий – 1 балл; за конспектирование лекции или ее самостоятельное составление – 1 балл (максимальное количество баллов – 9 занятий × 2 балла = 18 баллов);

- *практические занятия (2 часа)*: неявка на занятия – 0; посещение занятий – 1 балл; за работу на занятиях или самостоятельную работу – 1 балла (максимальное количество баллов – 16 занятий × 2 балла = 32 баллов).

Максимальное количество баллов по результатам текущей работы и промежуточного контроля по дисциплинарному модулю (без учета бонусов) – 100 баллов (текущая работа – 50 баллов, промежуточный контроль (защита практических заданий) – 50 баллов). Промежуточный контроль представляет собой выполнение тестовых заданий.

Дополнительные баллы (бонусы):

- инициативное решение учебных задач на занятиях – 1 балл;
- оригинальное решение задачи – 2 балла;

- решение большего количества задач, чем предусмотрено в модуле – 4 балла;
- доклад на лабораторном занятии – 2 балла.

Дополнительные баллы по результатам участия студентов в научно-исследовательской работе по дисциплине:

- реферат – 1 балл;
- научный доклад – 2 балла;
- публикация в печати – 4 балла;
- участие в работе научного кружка – 4 балла.
- доклады на научно-практической конференции:
 - институтской – 2 балла;
 - университетской – 3 балла;
 - республиканской – 4 балла;
 - Российской – 5 баллов;
 - международной – 6 баллов.
- участие в олимпиаде:
 - институтской – 1 балл;
 - университетской – 2 балла;
 - республиканской – 4 балла;
 - Российской – 6 баллов;
 - международной – 8 баллов.
- получение патента, свидетельства на охрану интеллектуальной собственности – 20 баллов.

Минимальное количество баллов, необходимое для получения положительной оценки по данной дисциплине определено – 51 баллов.

После завершения изучения дисциплинарного модуля студенту предоставляется одна неделя для добора баллов.

Экзамены и зачеты как отдельные виды учебной нагрузки не предусматриваются, но проводятся как одна из форм добора баллов.

Шкала диапазонов итоговой оценки определяется в соответствии с таблицей 9.

Таблица 9

Шкала диапазонов итоговой оценки

| БРС | Итоговая оценка |
|----------|-------------------|
| 85 – 100 | 5 (Отлично) |
| 65 – 84 | 4 (Хорошо) |
| 51 – 64 | 3 (удовлетворит.) |
| 0 – 50 | 2 (Неудовлет.) |
| 51 – 100 | Зачет* |

8. Информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература

1. Ашманов И., Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. СПб, Питер, 20019. 400 стр.
2. Бруковская О. Осовицкая Н. Как построить HR-бренд вашей компании. СПб, Питер, 2010. 288 с.
3. Васильев Г.А., Забегалин Д.А. Электронный бизнес. Реклама в Интернете, - М.: Юнити-Дана, 2008. 184 с.
4. Гаврилов Л.П.. Электронная коммерция. Учебное пособие по выполнению практических работ. Солон-Пресс, 2006 г. – 112 с.
5. Грабауров В.А. Электронный бизнес. Минск, Издательство БГЭУ, 2007. 212 с.
6. Салбер А. Как открыть интернет-магазин. М.: SmartBook, 2010. 320 стр.
7. Старовойтова Т.Ф. Электронный бизнес и коммерция. М.: ТертраСи-стемс, 2009. 144 с.

б) Дополнительная литература

8. Аузан В. Хотят ли русские В2В. Эксперт.-2001.-№10. 94-96с.
9. Аффрин Д. Электронное правительство: Готова ли Россия к демократии . Эксперт.-2001.-№14. 90-92 с.
- 10.Большаков А. Партнерство платежных систем СТБ-кард и Киберплат открывает новые возможности развития электронной коммерции в России. Финансист.-2000.-№11-12. 105-106с.
- 11.Киселева С., Решетин Е. Виртуальное страхование. Эксперт.-2001.-№11. 108-112 с.

в) Интернет-ресурсы

- 12.Consultant.ru- база нормативно – правовых актов в сфере электронного бизнеса в России
- 13.info-kibersant.ru>biznes-proekt-v-internete.html - Бизнес проекты в интернете
- 14.Zakupki.gov.ru-официальный сайт ГОСЗАКУПОК

9. Учебно-методическое и материально-техническое обеспечение дисциплины

9.1. Учебно - методическое обеспечение дисциплины

компьютерные программы: для успешного освоения дисциплины, обучающийся использует следующие программные средства:

- программное обеспечение системы Windows, приложения Microsoft Office (Word, Excel, Power Point; Access), Web Page Maker; Turbo Site, Веб-браузеры

К каждому практическому занятию имеются методические указания и рекомендации. Студенту дается задание, о выполнении которого он должен отчитаться перед преподавателем в конце занятия.

9.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Реализация учебной дисциплины требует наличия типовой учебной аудитории с возможностью подключения технических средств. Лекционная учебная аудитория должна иметь следующее оборудование:

- Компьютер, медиа-проектор, экран.
- Программное обеспечение для демонстрации слайд-презентаций.

Практические занятия по дисциплине проводятся в специально оборудованном компьютерном классе, подключенной к сети интернет.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Электронный бизнес» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 44.03.04 Профессиональное обучение и изучается по выбору студента.

Дисциплина реализуется на инженерно-педагогическом институте кафедрой информационных технологий.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с принципами, моделями и технологиями электронного бизнеса, современным его состоянием и перспективами развития, владение теоретическими знаниями и практическими навыками по вопросам организации и осуществления электронного бизнеса, необходимые при разработке и реализации коммерческих интернет-проектов

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-24, ПК-32, ПК-34.

В рабочей программе дисциплины предусмотрено проведение:

- учебных занятий в виде лекций, практических занятий и самостоятельной работы.
- текущий и промежуточный контроль успеваемости в форме устных опросов, докладов и тестирования.

Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в академических часах 72

Трудоемкость видов учебной работы приведена в таблице.

Таблица.

Виды учебной работы и их трудоемкость

| Форма обучения | Се-местр | Трудоем-кость | Лекции (час) | Практиче-ские заня-тия (час) | Промежуточ-ный контроль (час) | Самостоятель-ная работа (час) | Итоговая аттеста-ция |
|----------------|----------|---------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------------|
| Очная | 4 | 72 | 16 | 16 | 4 | 36 | зачет |
| Заочная | 4 | 72 | 2 | 4 | 4 | 60 | зачет |