



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И.
Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИЭиАС
В.Р. Храмшин

25.04.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС

Направление подготовки (специальность)
38.03.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль/специализация) программы
Аналитическая поддержка в управлении бизнес-процессами

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
очная

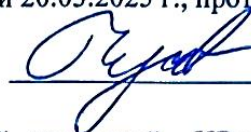
Институт/ факультет	Институт энергетики и автоматизированных систем
Кафедра	Бизнес-информатики и информационных технологий
Курс	3
Семестр	5

Магнитогорск
2025 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика (приказ Минобрнауки России от 29.07.2020 г. № 838)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных технологий 20.03.2025 г., протокол № 7

Зав. кафедрой



Г.Н. Чусавитина

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЭиАС 25.04.2025 г. протокол № 5

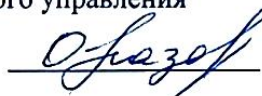
Председатель



В.Р. Храмшин

Согласовано:

Зав. кафедрой Менеджмента и государственного управления



О.Л. Назарова

Рабочая программа составлена:

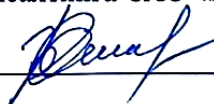
доцент кафедры БИиИТ, канд. пед. наук



А.Н. Старков

Рецензент:

руководитель направления бизнес-анализа и консалтинга ЗАО «КонсОМ СКС»,
канд. техн. наук



В.А. Ошурков

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Г.Н. Чусавитина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Г.Н. Чусавитина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Г.Н. Чусавитина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Г.Н. Чусавитина

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины являются: обучить студентов основным понятиям в области электронного бизнеса и технологиям реализации механизмов ведения бизнеса в Интернет-среде. В процессе изучения данной дисциплины у студентов должны быть сформированы теоретические знания и практические навыки по вопросам организации и осуществления электронного бизнеса.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Электронный бизнес входит в обязательную часть учебного плана образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Информационные процессы, системы и сети

Основы экономики и управления на предприятии

Моделирование и анализ бизнес-процессов

ИТ-инфраструктура предприятия

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Управление цифровыми инновациями

Прикладные информационные системы

Архитектура предприятия

Рынки ИКТ и организация продаж

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Электронный бизнес» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ОПК-1	Способен проводить моделирование, анализ и совершенствование бизнес-процессов и информационно-технологической инфраструктуры предприятия в интересах достижения его стратегических целей с использованием современных методов и программного инструментария
ОПК-1.1	Осуществляет анализ, моделирование и совершенствование бизнес-процессов с использованием современных методологий и программного инструментария
ОПК-1.2	Выявляет потребности в ИТ-инфраструктуре, инициирует, планирует и осуществляет выполнения задач управления ИТ-инфраструктурой
ОПК-1.3	Разрабатывает рекомендации по совершенствованию бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия в интересах достижения его стратегических целей
ОПК-5	Способен организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий
ОПК-5.1	Планирует и осуществляет взаимодействие с клиентами и партнерами на различных этапах управления жизненным циклом информационных систем и ИКТ
ОПК-5.2	Контролирует, оценивает и анализирует взаимоотношения с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и ИКТ

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц 144 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 58,2 акад. часов;
- аудиторная – 54 акад. часов;
- внеаудиторная – 4,2 акад. часов;
- самостоятельная работа – 50,1 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;
- подготовка к экзамену – 35,7 акад. час

Форма аттестации - экзамен, курсовая работа

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Основы цифровой экономики								
1.1 Введение в цифровую экономику	5	2		2	4	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-1.1
1.2 Виды и модели электронного бизнеса		2		2	6	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2
1.3 Особенности продажи товаров и предоставления услуг в сфере электронного бизнеса		2		6	6	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2
1.4 Информационные технологии электронного бизнеса		2		6	6	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2
1.5 Информационная инфраструктура электронного бизнеса		2		6	6	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2
Итого по разделу		10		22	28			
2. Платежные системы								

2.1 Электронные платежные системы	5	2		4	6	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2
2.2 Стандарты электронных расчетов		2		2	6	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2
Итого по разделу		4		6	12			
3. Реклама и маркетинг в интернете								
3.1 Интернет-реклама и оценка эффективности рекламных кампаний	5	2		4	4	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2
3.2 Интернет-маркетинг		2		4	6,1	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-5.1, ОПК-5.2
Итого по разделу		4		8	10,1			
Итого за семестр		18		36	50,1		экзамен,кр	
Итого по дисциплине		18		36	50,1		экзамен, курсовая работа	

5 Образовательные технологии

При проведении занятий и организации самостоятельной работы студентов используются:

Традиционные технологии обучения, предполагающие передачу информации в готовом виде, формирование учебных умений по образцу: лекция-изложение, лекция-объяснение, лабораторные работы, контрольная работа и др.

Использование традиционных технологий обеспечивает ориентирование студента в потоке информации, связанной с различными подходами к определению сущности, со-держания, методов, форм развития и саморазвития личности; самоопределение в выборе оптимального пути и способов личностно-профессионального развития; систематизацию знаний, полученных студентами в процессе аудиторной и самостоятельной работы. Лабораторные занятия обеспечивают развитие и закрепление умений и навыков определения целей и задач саморазвития, а также принятия наиболее эффективных решений по их реализации.

Интерактивные формы обучения, предполагающие организацию обучения как продуктивной творческой деятельности в режиме взаимодействия студентов друг с другом и с преподавателем

Использование интерактивных образовательных технологий способствует повышению интереса и мотивации учащихся, активизации мыслительной деятельности и творческого потенциала студентов, делает более эффективным усвоение материала, позволяет индивидуализировать обучение и ввести экстренную коррекцию знаний.

При проведении лабораторных занятий используются групповая работа, технология коллективной творческой деятельности, технология сотрудничества, ролевая игра, обсуждение проблемы в форме дискуссии, дебаты, круглый стол. Данные технологии обеспечивают высокий уровень усвоения студентами знаний, эффективное и успешное овладение умениями и навыками в предметной области, формируют познавательную потребность и необходимость дальнейшего самообразования, позволяют активизировать исследовательскую деятельность, обеспечивают эффективный контроль усвоения знаний.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Цифровой бизнес : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17869-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568755>.

2. Сергеев, Л. И. Цифровая экономика : учебник для вузов / Л. И. Сергеев, Д. Л. Сергеев, А. Л. Юданова ; под редакцией Л. И. Сергеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 437 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15797-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567301>.

б) Дополнительная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов /

Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560846>.

2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 372 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15960-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560208>.

3. Информационные технологии в экономике и управлении : учебник для вузов / ответственный редактор В. В. Трофимов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 556 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18678-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568903>.

в) Методические указания:

Приложение 3

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Браузер Mozilla Firefox	свободно распространяемое ПО	бессрочно
LibreOffice	свободно распространяемое ПО	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Федеральный образовательный портал – Экономика. Социология. Менеджмент	http://ecsocman.hse.ru/
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	https://host.megaprolib.net/M P0109/Web
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Тип и название аудитории

Оснащение аудитории

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа

Специализированная (учебная) мебель (столы, стулья, доска аудиторная), мультимедийное оборудование (проектор, компьютер, экран) для презентации учебного материала по дисциплине;

Учебные аудитории для проведения лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Специализированная (учебная) мебель (столы, стулья, доска аудиторная), персональные компьютеры объединенные в локальные сети с выходом в Internet и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета, оснащенные современными программно-методическими комплексами

Аудитории для самостоятельной работы (компьютерные классы; читальные залы библиотеки)

Специализированная (учебная) мебель (столы, стулья, доска аудиторная), персональные компьютеры объединенные в локальные сети с выходом в Internet и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета, оснащенные современными программно-методическими комплексами

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

Мебель (столы, стулья, стеллажи для хранения учебно-наглядных пособий и учебно-методической документации), персональные компьютеры.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Аудиторная самостоятельная работа студентов на лабораторных занятиях осуществляется под контролем преподавателя в виде решения индивидуальных задач.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов осуществляется в виде изучения литературы по соответствующему разделу с проработкой материала и выполнения домашних заданий с консультациями преподавателя.

По дисциплине предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа.

Аудиторная самостоятельная работа предполагает выполнение работ на лекциях и практических работах.

Тематика заданий для самостоятельной работы

1. Тематическая область электронного бизнеса Структура Интернет-рынка: состояние и прогноз.
2. Интернет как среда ведения предпринимательской деятельности.
3. Факторы, влияющие на развитие технологий электронного бизнеса общеэкономические, правовые, инфраструктурные, управленческие.
4. Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам (матрица B2C2G).
5. Модели электронного бизнеса. Брокерская модель. Рекламная модель. Модель информационного посредничества. Торговая модель. Модель производителя.
6. Типовая схема систем Business-to-Consumer. Типовой вариант сайта Интернет-магазина. Комплексы программных средств для реализации Интернет-проекта. Функции управления фронт-офисом интернет-магазина.
7. Международные классификаторы, используемые в системах электронной коммерции.
8. Подразделения электронного бизнеса несетевых компаний. Корпоративные сайты.
9. Модели бизнеса B2B. Функциональная схема B2B. Виды систем B2B.
10. Системы управления закупками (e-procurement). Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM – системы). Системы управления продажами (e-distribution). Системы полного цикла сопровождения потребителей (CRM-системы).
11. Интернет-банкинг, платежные системы.
12. Основные функции платежных систем. Денежные расчеты в сети. Классификация платежей и платежных систем. Системы расчетов, работающие с реальными деньгами. Системы расчетов, использующие электронную валюту (цифровые деньги).
13. Виды предприятий рекламного бизнеса в Интернет: рекламные агентства: баннерные сети; компании, предоставляющие сервисы управления рекламой.
14. Особенности Интернет-рекламы. Рекламные носители в Интернете. Выбор рекламных носителей.
15. Ценовые модели размещения рекламы. Сервисы управления рекламой.
16. Электронные предприятия, специализирующиеся на продуктах и услугах для организации электронного бизнеса. Разработка веб-сайтов для Интернет-бизнеса.

Примерные темы курсовых работ:

1. Разработка Интернет-магазина «СпортПро» с использованием StoreLand
2. Разработка предложений по повышению эффективности деятельности Интернет-магазина «Поплавок»
3. Анализ и оптимизация бизнес-процессов ООО «ЦИТ Факт»
4. Анализ использования мобильных приложений, как маркетинговых средств в деятельности сети быстрого питания BurgerKing
5. Создание бренд-группы для продвижения в социальных сетях студии «ProVideo»
6. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете на предприятии ООО «Инфора»
7. Разработка проекта продвижения Интернет-магазина в социальных сетях
8. Системы поведенческого и социально-демографического таргетинга
9. Модели поискового поведения пользователей и взаимодействия в Web
10. Разработка проекта внедрения ERP-системы для ОАО «Алроса»
11. Аудит сайта ООО «КровТехноСнаб»

12. Разработка проекта сайта бронирования гостиничных номеров для ООО «7KVR»
13. Разработка проекта рекламной кампании для студии «ProVideo» в сети Интернет
14. Организация маркетинговых исследований в Интернете для ООО «Информационные технологии»
15. Разработка проекта продвижения сертифицированной парфюмерно-косметической продукции в социальных сетях
16. Облачные технологии в электронном бизнесе
17. Методы продвижения продукта в социальных сетях
18. Методы оценки эффективности инвестиций, привлекаемых для реализации бизнес-проектов (интернет-магазинов)
19. Разработка проекта модернизации системы электронного документооборота в архиве ОАО «КредитУралБанк»
20. Разработка цветочного Интернет-магазина с использованием VirtueMart
21. Интеграция предприятия малого бизнеса в среду электронной коммерции
22. Аудит сайта ОАО «КредитУралБанк»
23. Оценка эффективности взаимодействия с клиентами ОАО САК Энергогарант
24. Разработка проекта внедрения ERP-системы для ООО «Абсолют-логистика»
25. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете
26. Разработка бизнес-плана открытия цветочного Интернет-магазина
27. Применение вирусного маркетинга в Интернет
28. Разработка проекта внедрения модуля онлайн-консультирования для сайта риэлтерской компании ООО «Ковчег»
29. Разработка проекта продвижения кредитной программы для банка «ХоумКредит» в социальных сетях
30. Разработка проекта торговой системы B2B для ООО «УжУралЭнерго»
31. Оценка рисков разработки Интернет-магазина для мебельного предприятия «Ёлочка»
32. ИТ-решения для повышения эффективности деятельности организации в сфере электронного бизнеса
33. Применение методики ССВ для оценки затрат на разработку и внедрение сайта ООО «РС-Оборудование»
34. Система поддержки потребительского решения в среде Интернета
35. Электронные торговые системы на фондовом и валютном рынках
36. Рынок образовательных услуг в области электронной коммерции
37. Методы и средства проведения рекламных кампаний в Интернете
38. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете
39. Системы поведенческого и социально-демографического таргетинга
40. Модели поискового поведения и взаимодействия в Web
41. Маркетинг в социальных сетях
42. Применение моделей на основе когнитивных карт при разработке стратегий развития бизнеса.
43. Бренд-сообщества и бренд-группы в социальных сетях
44. Основные методы оценки эффективности создания и внедрения бизнес-проектов (интернет-магазинов)
45. Оценка эффективности взаимодействия с клиентами предприятий электронного бизнеса
46. Методы оценки эффективности предприятий электронного бизнеса
47. Система поддержки потребительского решения в среде Интернета
48. Интеграция предприятия малого бизнеса в среду электронной коммерции
49. Анализ рынка бизнес-приложений
50. Исследование рынка платежных систем в России и за рубежом
51. Анализ, разработка и оптимизация бизнес-процессов предприятия электронной коммерции
52. Анализ подходов для поддержания функционирования моделей электронной коммерции на предприятии
53. Цифровая подпись: описание, алгоритмы, сферы применения
54. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете
55. Вирусный маркетинг
56. Электронные платежные системы

Вопросы к экзамену:

1. Экономика информационных сетей и сетевая экономика. Понятия, различия, эффекты сетизации предприятий. Модель участия предприятия в сетевой экономике.
2. История и перспективы развития сетевой экономики.
3. Определение электронного бизнеса, отличия электронного бизнеса от электронной коммерции. Этапы электронного бизнеса. Развитие электронного бизнеса в мире и в России. Основные виды электронного бизнеса.
4. Модели электронной коммерции. Этапы введения электронной коммерции.
5. Статистика и анализ российской аудитории сети Интернет. Статистика и анализ развития бизнеса в сети Интернет.
6. Модели электронного бизнеса (B2B, B2C, P2P, B2G, и др.).
7. Классификация бизнес-моделей в зависимости от степени интеграции новых информационных технологий в хозяйственную деятельность предприятия.
8. Выбор оптимальной модели интеграции предприятия в электронный бизнес.
9. Отличие Интернет-рекламы от других рекламных средств. Классификация Интернет-рекламы. Основные фазы взаимодействия пользователя с рекламой.
10. Рекламные носители в Интернете (новые баннерные стандарты, рассылки и спам, вирусный маркетинг, и др.). Развитие Интернет-рекламы в России.
11. Ценовые модели размещения рекламы. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет.
12. Методика расчета эффективности рекламного направления в Интернете.
13. Методика оценки экономической эффективности интернет-сайта как средством коммуникации. Методика оценки качества сайта.
14. Финансовые услуги в Интернете.
15. Интернет-посредники.
16. Интернет-аукционы.
17. Определение Интернет-маркетинга. Особенности и виды Интернет-маркетинга.
18. Маркетинговые исследования в Интернете.
19. Платежные системы. Требования к платежным системам. Схемы оплаты товаров и услуг в электронном бизнесе.
20. Кредитные карты, электронные чеки, электронные деньги. Существующие стандарты осуществления транзакций в Интернете.
21. Цель и задачи информационного менеджмента. Понятие инновационного менеджмента в ИКТ
22. Понятие интеллектуальной собственности. Значение интеллектуальной собственности в современном информационном обществе.
23. Субъекты и объекты права интеллектуальной собственности.
24. Источники права интеллектуальной собственности.
25. Понятие авторского права РФ. Осуществление авторских прав.
26. Источники авторского права.
27. Объекты авторского права
28. Субъекты авторского права.
29. Личные неимущественные авторские права.
30. Имущественные права автора.
31. Правовые основы ведения электронного бизнеса в России. Деятельность Национальной ассоциации участников электронной торговли (НАУЭТ).
32. Основные угрозы электронному бизнесу в интернете. Системы защиты информации в интернете. Криптографические методы защиты информации. Симметричные и асимметричные криптосистемы.
33. Идентификация и проверка подлинности пользователей. Электронная цифровая подпись. Цифровые сертификаты. Средства защиты в клиентском программном обеспечении (браузеры, электронная почта).
34. Продукт в сфере ИКТ для электронного бизнеса.
35. Информация как предмет коммерческого распространения и потребления. Особенности маркетинга информационных продуктов и услуг.
36. Состояние российского информационного рынка.
37. Основные характеристики информационных продуктов и услуг как товара. Информационные продукты и услуги как товар.
38. Основные требования к информационным продуктам для электронного бизнеса.
39. Правила формирования требований к информационным продуктам.

Решение кейса

1. Описать цели и задачи бизнеса компании.
 2. Описать цели автоматизации, соответствующие целям бизнеса.
 3. Выбрать способы автоматизации деятельности предприятия и обосновать свой выбор:
 - Перечислить возможные способы автоматизации
 - Описать существующий в компании способ автоматизации
 - Проанализировав преимущества и недостатки всех существующих способов автоматизации, выбрать из них один для данной конкретной компании и обосновать свой выбор
 4. Описать ограничения, которые необходимо учитывать при выборе стратегии автоматизации компании (финансовые, временные, трудовые, технические).
 5. Выполнить анализ требований к ИКТ.
 6. Выбрать способ приобретения ИС и обосновать свой выбор, т.е. оценить каждый способ приобретения ИС, описать его преимущества и недостатки, описать возможности и потребности компании (наличие отдела ИТ, наличие денежных средств, персонала, времени, потребности в функционале, наличие требуемой ИС на рынке и т.д.) и в соответствии с этим выбрать наиболее подходящий способ приобретения ИС.
 7. Описать проект автоматизации деятельности предприятия.
 8. Провести ресурсное планирование проекта автоматизации.
 9. Выполнить стоимостный анализ проекта с помощью таблицы затрат.
- Сформировать финансовый план проекта (отчет Cash Flow, содержащий информацию о распределении стоимости работ во времени).

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ОПК-1 Способен проводить моделирование, анализ и совершенствование бизнес-процессов и информационно-технологической инфраструктуры предприятия в интересах достижения его стратегических целей с использованием современных методов и программного инструментария		
ОПК-1.1	Осуществляет анализ, моделирование и совершенствование бизнес-процессов с использованием современных методологий и программного инструментария	Теоретические вопросы 1. Экономика информационных сетей и сетевая экономика. Понятия, различия, эффекты сетизации предприятий. Модель участия предприятия в сетевой экономике. 2. История и перспективы развития сетевой экономики. 3. Определение электронного бизнеса, отличия электронного бизнеса от электронной коммерции. Этапы электронного бизнеса. Развитие электронного бизнеса в мире и в России. Основные виды электронного бизнеса. 4. Модели электронной коммерции. Этапы введения электронной коммерции. 5. Статистика и анализ российской аудитории сети Интернет. Статистика и анализ развития бизнеса в сети Интернет. 6. Модели электронного бизнеса (B2B, B2C, P2P, B2G, и др.). 7. Классификация бизнес-моделей в зависимости от степени интеграции новых информационных технологий в хозяйственную деятельность предприятия. 8. Выбор оптимальной модели интеграции предприятия в электронный бизнес.
		Практические задания: Провести исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий Осуществить знакомство с представленными в глобальной сети Интернет предприятиями электронной коммерции сектора Business-to-Business (B2B) и Business-to-Customers (B2C); изучить типовую структуру электронных предприятий (электронных магазинов)
		Комплексное задание: 1. Описать цели и задачи бизнеса компании. 2. Описать цели автоматизации, соответствующие целям бизнеса. 3. Выбрать способы автоматизации деятельности предприятия и обосновать свой выбор: – Перечислить возможные способы автоматизации

		– Описать существующий в компании способ автоматизации – Проанализировав преимущества и недостатки всех существующих способов автоматизации, выбрать из них один для данной конкретной компании и обосновать свой выбор 4. Описать ограничения, которые необходимо учитывать при выборе стратегии автоматизации компании (финансовые, временные, трудовые, технические). Содержание работы Содержанием работы является исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий в области электронного бизнеса. Подготовка презентации и защита проекта.
ОПК-1.2	Выявляет потребности в ИТ-инфраструктуре, иницирует, планирует и осуществляет выполнения задач управления ИТ-инфраструктурой	Теоретические вопросы 1. Продукт в сфере ИКТ для электронного бизнеса. 2. Информация как предмет коммерческого распространения и потребления. Особенности маркетинга информационных продуктов и услуг. 3. Состояние российского информационного рынка. 4. Основные характеристики информационных продуктов и услуг как товара. Информационные продукты и услуги как товар. 5. Основные требования к информационным продуктам для электронного бизнеса. 6. Правила формирования требований к информационным продуктам. Практические задания: Выбор ИС и ИКТ решения для управления бизнесом Комплексное задание: 1. Выполнить анализ требований к ИКТ. 2. Выбрать способ приобретения ИС и обосновать свой выбор, т.е. оценить каждый способ приобретения ИС, описать его преимущества и недостатки, описать возможности и потребности компании (наличие отдела ИТ, наличие денежных средств, персонала, времени, потребности в функционале, наличие требуемой ИС на рынке и т.д.) и в соответствии с этим выбрать наиболее подходящий способ приобретения ИС.
ОПК-1.3	Разрабатывает рекомендации по совершенствованию бизнес-процессов и	Теоретические вопросы 1. Экономика информационных сетей и сетевая экономика. Понятия, различия, эффекты сетизации предприятий. Модель участия предприятия в сетевой экономике. 2. История и перспективы развития сетевой экономики.

	ИТ-инфраструктуры предприятия в интересах достижения его стратегических целей	3. Определение электронного бизнеса, отличия электронного бизнеса от электронной коммерции. Этапы электронного бизнеса. Развитие электронного бизнеса в мире и в России. Основные виды электронного бизнеса. 4. Модели электронной коммерции. Этапы введения электронной коммерции. 5. Статистика и анализ российской аудитории сети Интернет. Статистика и анализ развития бизнеса в сети Интернет. 6. Модели электронного бизнеса (B2B, B2C, P2P, B2G, и др.). 7. Классификация бизнес-моделей в зависимости от степени интеграции новых информационных технологий в хозяйственную деятельность предприятия. Выбор оптимальной модели интеграции предприятия в электронный бизнес. Практические задания: 1. Собрать статистические данные за последние пять лет и прогноз на ближайшие 2-3 года по следующим направлениям исследования Российской аудитории: – численность российской аудитории Интернета; – социально-демографическая структура пользователей Интернета (пол, возраст, образование, род занятий, статус); – тематика и тип ресурсов, посещаемых Интернет-аудиторией; – получение информации о товарах и услугах и посещение сайтов, предлагающих продажу товаров или услуг через Интернет; – посещение сайтов-магазинов и сайтов-аукционов и осуществление через них покупок; – источники информации об Интернет-магазинах; – товары и услуги, приобретаемые в Интернет-магазинах; – формы оплаты покупок в Интернет-магазинах; – положительные и отрицательные стороны использования Интернет-магазинов; – популярность систем «электронной наличности»; – отношение населения России к использованию банковских карточек. 2. Собрать статистические данные за пять лет и прогноз на ближайшие 2-3 года по следующим направлениям исследования развития бизнеса в сети Интернет в мире и в России: – роста годового оборота рынка B2B; – роста оборотов электронной коммерции B2C; – динамика количества Интернет-магазинов, электронных бирж, Интернет-аукционов, брокерских компаний, сетевых банков; – темпы роста Интернет-рекламы. Осуществить знакомство с представленными в глобальной сети Интернет предприятиями электронной коммерции сектора Business-to-Business (B2B) и Business-to-Customers (B2C); изучить типовую структуру электронных предприятий (электронных магазинов)
--	--	---

		Комплексное задание: 1. Описать проект автоматизации деятельности предприятия. 2. Провести ресурсное планирование проекта автоматизации. 3. Выполнить стоимостный анализ проекта с помощью таблицы затрат. Сформировать финансовый план проекта (отчет Cash Flow, содержащий информацию о распределении стоимости работ во времени). 4. Разработать рекомендации по совершенствованию бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия
ОПК-5 Способен организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий		
ОПК-5.1	Планирует и осуществляет взаимодействие с клиентами и партнерами на различных этапах управления жизненным циклом информационных систем и ИКТ	Теоретические вопросы 1. Отличие Интернет-рекламы от других рекламных средств. Классификация Интернет-рекламы. Основные фазы взаимодействия пользователя с рекламой. 2. Рекламные носители в Интернете (новые баннерные стандарты, рассылки и спам, вирусный маркетинг, и др.). Развитие Интернет-рекламы в России. 3. Ценовые модели размещения рекламы. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет. 4. Методика расчета эффективности рекламного направления в Интернете. 5. Методика оценки экономической эффективности интернет-сайта как средства коммуникации. Методика оценки качества сайта. 6. Финансовые услуги в Интернете. 7. Интернет-посредники. 8. Интернет-аукционы. 9. Определение Интернет-маркетинга. Особенности и виды Интернет-маркетинга. 10. Маркетинговые исследования в Интернете. 11. Платежные системы. Требования к платежным системам. Схемы оплаты товаров и услуг в электронном бизнесе. 12. Кредитные карты, электронные чеки, электронные деньги. Существующие стандарты осуществления транзакций в Интернете. 13. Цель и задачи информационного менеджмента. Понятие инновационного менеджмента в ИКТ Практические задания: – Разработка Интернет-магазина «СпортПро» с использованием StoreLand – Разработка предложений по повышению эффективности деятельности Интернет-магазина «Поплавок» – Анализ и оптимизация бизнес-процессов ООО «ЦИТ Факт» – Анализ использования мобильных приложений, как маркетинговых средств в деятельности сети

быстрого питания BurgerKing

- Создание бренд-группы для продвижения в социальных сетях студии «ProVideo»
- Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете на предприятии ООО «Инфора»
- Разработка проекта продвижения Интернет-магазина в социальных сетях
- Системы поведенческого и социально-демографического таргетинга
- Модели поискового поведения пользователей и взаимодействия в Web
- Разработка проекта внедрения ERP-системы для ОАО «Алроса»
- Аудит сайта ООО «КровТехноСнаб»
- Разработка проекта сайта бронирования гостиничных номеров для ООО «7KVR»
- Разработка проекта рекламной кампании для студии «ProVideo» в сети Интернет
- Организация маркетинговых исследований в Интернете для ООО «Информационные технологии»
- Разработка проекта продвижения сертифицированной парфюмерно-косметической продукции в социальных сетях
- Разработка проекта модернизации системы электронного документооборота в архиве ОАО «КредитУралБанк»
- Разработка цветочного Интернет-магазина с использованием VirtueMart
- Аудит сайта ОАО «КредитУралБанк»
- Оценка эффективности взаимодействия с клиентами ОАО САК Энергогарант
- Разработка проекта внедрения ERP-системы для ООО «Абсолют-логистика»
- Применение вирусного маркетинга в Интернет
- Разработка проекта внедрения модуля онлайн-консультирования для сайта риэлтерской компании ООО «Ковчег»
- Разработка проекта продвижения кредитной программы для банка «ХоумКредит» в социальных сетях
- Разработка проекта торговой системы B2B для ООО «УжУралЭнерго»
- Оценка рисков разработки Интернет-магазина для мебельного предприятия «Ёлочка»
- ИТ-решения для повышения эффективности деятельности организации в сфере электронного бизнеса
- Применение методики ССВ для оценки затрат на разработку и внедрение сайта ООО «РС-Оборудование»

Комплексное задание:

Содержанием работы является разработка основной идеи и концепции бизнеса в Интернет и

		разработка бизнес-плана, включающего следующие разделы: 1. Краткая характеристика проекта 2. Общее описание компании 3. Продукция, товары, услуги 4. План маркетинга 5. Производство, торговля, поставки 6. Капитал и организационно-правовая форма компании 7. Риски Подготовка презентации и защита проекта.
ОПК-5.2	Контролирует, оценивает и анализирует взаимоотношения с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и ИКТ	Теоретические вопросы 1. Понятие интеллектуальной собственности. Значение интеллектуальной собственности в современном информационном обществе. 2. Субъекты и объекты права интеллектуальной собственности. 3. Источники права интеллектуальной собственности. 4. Понятие авторского права РФ. Осуществление авторских прав. 5. Источники авторского права. 6. Объекты авторского права 7. Субъекты авторского права. 8. Личные неимущественные авторские права. 9. Имущественные права автора. 10. Правовые основы ведения электронного бизнеса в России. Деятельность Национальной ассоциации участников электронной торговли (НАУЭТ). 11. Основные угрозы электронному бизнесу в интернете. Системы защиты информации в интернете. Криптографические методы защиты информации. Симметричные и асимметричные криптосистемы. 12. Идентификация и проверка подлинности пользователей. Электронная цифровая подпись. Цифровые сертификаты. Средства защиты в клиентском программном обеспечении (браузеры, электронная почта). 13. Продукт в сфере ИКТ для электронного бизнеса. 14. Информация как предмет коммерческого распространения и потребления. Особенности маркетинга информационных продуктов и услуг. 15. Состояние российского информационного рынка. 16. Основные характеристики информационных продуктов и услуг как товара. Информационные продукты и услуги как товар. 17. Основные требования к информационным продуктам для электронного бизнеса. 18. Правила формирования требований к информационным продуктам.

		Практические задания: 1. Составьте реестр заинтересованных сторон, определите интересы, вовлеченность, степень влияния ключевых заинтересованных сторон. 2. Составить план консалтингового проекта в соответствии с заданием. Комплексное задание: <i>Примерные темы курсовых работ:</i> 1. Разработка Интернет-магазина «СпортПро» с использованием StoreLand 2. Разработка предложений по повышению эффективности деятельности Интернет-магазина «Поплавок» 3. Анализ и оптимизация бизнес-процессов ООО «ЦИТ Факт» 4. Анализ использования мобильных приложений, как маркетинговых средств в деятельности сети быстрого питания BurgerKing 5. Создание бренд-группы для продвижения в социальных сетях студии «ProVideo» 6. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете на предприятии ООО «Инфора» 7. Разработка проекта продвижения Интернет-магазина в социальных сетях 8. Системы поведенческого и социально-демографического таргетинга 9. Модели поискового поведения пользователей и взаимодействия в Web 10. Разработка проекта внедрения ERP-системы для ОАО «Алроса» 11. Аудит сайта ООО «КровТехноСнаб» 12. Разработка проекта сайта бронирования гостиничных номеров для ООО «7KVR» 13. Разработка проекта рекламной кампании для студии «ProVideo» в сети Интернет 14. Организация маркетинговых исследований в Интернете для ООО «Информационные технологии» 15. Разработка проекта продвижения сертифицированной парфюмерно-косметической продукции в социальных сетях 16. Облачные технологии в электронном бизнесе 17. Методы продвижения продукта в социальных сетях 18. Методы оценки эффективности инвестиций, привлекаемых для реализации бизнес-проектов (интернет-магазинов) 19. Разработка проекта модернизации системы электронного документооборота в архиве ОАО «КредитУралБанк» 20. Разработка цветочного Интернет-магазина с использованием VirtueMart 21. Интеграция предприятия малого бизнеса в среду электронной коммерции 22. Аудит сайта ОАО «КредитУралБанк» 23. Оценка эффективности взаимодействия с клиентами ОАО САК Энергогарант 24. Разработка проекта внедрения ERP-системы для ООО «Абсолют-логистика»
--	--	--

		25. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете 26. Разработка бизнес-плана открытия цветочного Интернет-магазина 27. Применение вирусного маркетинга в Интернет 28. Разработка проекта внедрения модуля онлайн-консультирования для сайта риэлтерской компании ООО «Ковчег» 29. Разработка проекта продвижения кредитной программы для банка «ХоумКредит» в социальных сетях 30. Разработка проекта торговой системы B2B для ООО «УжУралЭнерго» 31. Оценка рисков разработки Интернет-магазина для мебельного предприятия «Ёлочка» 32. ИТ-решения для повышения эффективности деятельности организации в сфере электронного бизнеса 33. Применение методики ССВ для оценки затрат на разработку и внедрение сайта ООО «РС-Оборудование» 34. Система поддержки потребительского решения в среде Интернета 35. Электронные торговые системы на фондовом и валютном рынках 36. Методы и средства проведения рекламных кампаний в Интернете 37. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете 38. Системы поведенческого и социально-демографического таргетинга 39. Модели поискового поведения и взаимодействия в Web 40. Маркетинг в социальных сетях 41. Применение моделей на основе когнитивных карт при разработке стратегий развития бизнеса. 42. Бренд-сообщества и бренд-группы в социальных сетях 43. Основные методы оценки эффективности создания и внедрения бизнес-проектов (интернет-магазинов) 44. Оценка эффективности взаимодействия с клиентами предприятий электронного бизнеса 45. Методы оценки эффективности предприятий электронного бизнеса 46. Система поддержки потребительского решения в среде Интернета 47. Интеграция предприятия малого бизнеса в среду электронной коммерции 48. Анализ рынка бизнес-приложений 49. Исследование рынка платежных систем в России и за рубежом 50. Анализ, разработка и оптимизация бизнес-процессов предприятия электронной коммерции 51. Анализ подходов для поддержания функционирования моделей электронной коммерции на предприятии 52. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете
--	--	---

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Промежуточная аттестация по дисциплине включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме экзамена и курсовой работы.

Критерии оценки на экзамене:

– «отлично» – обучающийся демонстрирует высокий уровень сформированности компетенций, всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, свободно выполняет практические задания, свободно оперирует знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

– «хорошо» – обучающийся демонстрирует средний уровень сформированности компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

– «удовлетворительно» – обучающийся демонстрирует пороговый уровень сформированности компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

– «неудовлетворительно» – обучающийся демонстрирует знания не более 20% теоретического материала, допускает существенные ошибки, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

Курсовая работа выполняется под руководством преподавателя, в процессе ее написания обучающийся развивает навыки к научной работе, закрепляя и одновременно расширяя знания, полученные при изучении курса. При выполнении курсовой работы обучающийся должен показать свое умение работать с нормативным материалом и другими литературными источниками, а также возможность систематизировать и анализировать фактический материал, собранный при прохождении практики, и самостоятельно творчески его осмысливать.

В процессе написания **курсовой работы (КР)** обучающийся должен разобраться в теоретических вопросах избранной темы, самостоятельно проанализировать практический материал, разобрать и обосновать практические предложения.

Показатели и критерии оценивания КР:

– на оценку «отлично» (5 баллов) – работа выполнена в соответствии с заданием, обучающийся показывает высокий уровень знаний не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам, оценки и вынесения критических суждений;

– на оценку «хорошо» (4 балла) – работа выполнена в соответствии с заданием, обучающийся показывает знания не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам;

– на оценку «удовлетворительно» (3 балла) – работа выполнена в соответствии с заданием, обучающийся показывает знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, интеллектуальные навыки решения простых задач;

– на оценку «неудовлетворительно» (2 балла) – задание преподавателя выполнено частично, в процессе защиты работы обучающийся допускает существенные ошибки, не может показать интеллектуальные навыки решения поставленной задачи.

– на оценку «неудовлетворительно» (1 балл) – задание преподавателя выполнено частично, обучающийся не может воспроизвести и объяснить содержание, не может

оказать интеллектуальные навыки решения поставленной задачи.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия. Изучение дисциплины завершается экзаменом и защитой курсовой работы.

Успешное изучение дисциплины требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Во время лекции студент должен вести краткий конспект.

Работа с конспектом лекций предполагает просмотр конспекта в тот же день после занятий. При этом необходимо пометить материалы конспекта, которые вызывают затруднения для понимания. При этом обучающийся должен стараться найти ответы на затруднительные вопросы, используя рекомендуемую литературу. Если ему самостоятельно не удалось разобраться в материале, необходимо сформулировать вопросы и обратиться за помощью к преподавателю на консультации или ближайшей лекции,

Обучающемуся необходимо регулярно отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Практические занятия составляют важную часть подготовки студентов. Основная цель проведения лабораторных занятий – формирование у студентов аналитического, творческого мышления путем приобретения практических навыков.

Практические занятия выполняют следующие задачи:

- стимулируют регулярное изучение рекомендуемой литературы, а также внимательное отношение к лекционному курсу;
- закрепляют знания, полученные в процессе лекционного обучения и самостоятельной работы над литературой;
- расширяют объём профессионально значимых знаний, умений, навыков;
- позволяют проверить правильность ранее полученных знаний;
- прививают навыки самостоятельного мышления, устного выступления;
- способствуют свободному оперированию терминологией;
- предоставляют преподавателю возможность систематически контролировать уровень самостоятельной работы студентов.

При подготовке к практическим занятиям необходимо просмотреть конспекты лекций и методические указания, рекомендованную литературу по данной теме; подготовиться к ответу на контрольные вопросы.

По дисциплине проводится устный опрос студентов для контроля усвоения ими основных теоретических и практических знаний по теме лабораторного занятия (студенты должны знать ответы на поставленные вопросы).

При подготовке к экзамену в дополнение к изучению конспектов лекций, учебных пособий, необходимо пользоваться учебной литературой, рекомендованной настоящей программой. При подготовке к зачету нужно изучить определения всех понятий и теоретические подходы до состояния понимания материала.

Курсовая работа является самостоятельной учебно-научной работой бакалавра. Написание и защита курсовой работы является итогом его подготовки по указанной учебной дисциплине.

Подготовка курсовой работы состоит из нескольких этапов:

1. Выбор темы из списка предложенных тем и её уточнение;
2. Ознакомление с литературными и другими источниками, относящимися к теме.
При необходимости, сбор фактического материала на предприятиях и организациях или использование материалов отчета по практикам;
3. Выполнение практической части курсовой работы и формулировка выводов;
4. Оформление курсовой работы в соответствии с установленными требованиями;
5. Проверка курсовой работы на антиплагиат (<http://newlms.magtu.ru/course/view.php?id=29541>).

6. Предоставление курсовой работы, выполненной по всем предъявленным требованиям, в срок.

Самостоятельная работа студентов (СРС) по дисциплине играет важную роль в ходе всего учебного процесса.