



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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



УТВЕРЖДАЮ:
Директор института/
декан факультета ИЭиАС
С.И. Лукьянов
« 26 » сентября 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Электронный бизнес

Направление подготовки
09.03.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль) программы
Информационные системы и технологии в управлении ИТ-проектами

Уровень высшего образования – бакалавриат

Программа подготовки – академический бакалавриат

Форма обучения
Очная

Институт	Энергетики и автоматизированных систем
Кафедра	Бизнес-информатики и информационных технологий
Курс	4
Семестр	8

Магнитогорск
2018 г.

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению 09.03.03 Прикладная информатика, утвержденного от 12.03.2015 г. № 207.

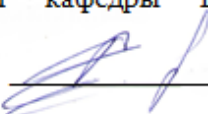
Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных технологий 25.09.2018 г., протокол № 2.

Зав. кафедрой  Н. Чусавитина

Рабочая программа одобрена методической комиссией института энергетики и автоматизированных систем 26.09.2018 г., протокол № 1.

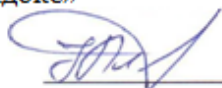
Председатель  С.И. Лукьянов

Рабочая программа составлена: доцентом кафедры БИ и ИТ, к.п.н.

 А.Н. Старковым

Рецензент:

ведущий инженер бюро постановки и внедрения задач АСУ отдела автоматизированных систем управления производством
ООО «Парадокс»

 П.Л. Макашов

Лист регистрации изменений и дополнений

[illegible]

1 Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Электронный бизнес» 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 в структуре образовательной программы подготовки бакалавра

Дисциплина «Электронный бизнес» входит в вариативную часть блока 1 образовательной программы по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика (Информационные системы и технологии в управлении ИТ-проектами) и относится к обязательным дисциплинам.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, навыки), сформированные в результате изучения таких дисциплин как: Экономика, Информатика, Введение в прикладную информатику, Вычислительные системы, сети и телекоммуникации, Экономика ИТ-проектов, ИТ-инфраструктура предприятия, Информационные технологии в управлении проектами.

Знания (умения, навыки), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для подготовки к государственной итоговой аттестации, написания выпускной квалификационной работы и осуществления профессиональной деятельности.

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

В процессе освоения дисциплины «Электронный бизнес» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения
ОК-3 – способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	
Знать	– Терминологию, основные понятия и определения сетевой экономики. – Теоретические и практические методы конструирования сайтов электронной коммерции. – Бизнес-модели электронной коммерции, сетевой финансовой деятельности, модели ценообразования на сетевые товары и услуги
Уметь	– Ориентироваться в тенденциях развития нормативно-правовой сферы электронного бизнеса. – Выполнять релевантный поиск в глобальной сети. – Оценивать экономическую эффективность инвестиций в сетевые компании. – Проводить исследование и анализ конъюнктуры сетевого рынка. – Использовать полученные знания при освоении учебного материала последующих дисциплин.
Владеть	– Современными методиками и технологиями организации деятельности предприятий, согласно требованиям нормативно-правовых актов в сфере электронного бизнеса. – Навыками оценки экономических характеристик информационных сетей. – Навыками оперирования информационными средствами сетевой ком-

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения
	мерции.
ПК-1 – способностью проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе	
Знать	– Структуру, виды и модели электронного бизнеса. – Приемы использования возможностей Интернет для изучения рынка и привлечения потенциальных клиентов, рекламы предлагаемых товаров и услуг, эффективного ведения электронной бизнеса. – Устройство и принципы функционирования платежных систем. – Способы выбора аппаратного и программного обеспечения, необходимого для электронного бизнеса. – Системы безопасности электронного бизнеса.
Уметь	– Пользоваться понятийным аппаратом. – Анализировать маркетинговую, статистическую и технологическую информацию в области электронного бизнеса. – Разрабатывать план проведения рекламной кампании в Интернете и рассчитывать ее экономическую эффективность. – Организовывать маркетинговое исследование в Интернете.
Владеть	– Навыками осуществления выбора аппаратных и программных средств и систем для реализации типовых решений электронного бизнеса. – Навыками формирования предложений по реорганизации деятельности учреждений при переводе их в интернет. – Навыками разработки отдельных элементов электронного бизнеса
ПК-2 – способностью разрабатывать, внедрять и адаптировать прикладное программное обеспечение	
Знать	– Терминологию, основные понятия и определения прикладного ПО. – Теоретические и практические методы разработки, внедрения и адаптации прикладное программное обеспечение. – Способы выбора методов и аппаратного и программного обеспечения.
Уметь	– Пользоваться понятийным аппаратом. – Анализировать информацию по разработке, внедрению и адаптации прикладное программное обеспечение в области электронного бизнеса. – Разрабатывать политику информационной безопасности электронного бизнеса
Владеть	– Навыками осуществления выбора аппаратных и программных средств для реализации типовых решений электронного бизнеса. – Навыками формирования предложений по разработке, внедрению и адаптации прикладное программное обеспечение для электронного бизнеса. – Навыками разработки элементов политики информационной безопасности электронного бизнеса

4 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 58,4 акад. часов:
- аудиторная – 55 акад. часов;
- внеаудиторная – 3,4 акад. часов
- самостоятельная работа – 13,9 акад. часов;
- подготовка к экзамену – 35,7 акад. часа

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа (в акад. часах)	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат. занятия	практич. занятия				
Раздел 1. Основы сетевой экономики								
1.1. Введение в сетевую экономику	8	2	2		-	Подготовка к лекции и практическому занятию	Опрос, защита практической работы	ОК-3зу
1.2. Виды и модели электронного бизнеса	8	4	4		0,9	Подготовка к лекции и практическому занятию	Опрос, защита практической работы	ОК-3зу ПК-1зу
1.3. Особенности продажи товаров и предоставления услуг в сфере электронного бизнеса	8	2	4		2	Подготовка к лекции и практическому занятию	Опрос, защита практической работы	ОК-3зу ПК-1зу ПК-2зу
1.4. Информационные технологии электронного бизнеса	8	2	4		2	Подготовка к лекции и практическому занятию	Опрос, защита практической работы	ОК-3зу ПК-1зу ПК-2зу
Итого по разделу 1	8	10	14		4,9			
Раздел 2. Реклама и маркетинг в интернете								

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа (в акад. часах)	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат. занятия	практич. занятия				
2.1. Интернет-реклама и оценка эффективности рекламных кампаний	8	2	4/4И		2	Подготовка к лекции и практическому занятию	Опрос, защита практической работы	ОК-3зув ПК-1зув ПК-2зув
2.2. Интернет-маркетинг	8	2	4/2И		2	Подготовка к лекции и практическому занятию	Опрос, защита практической работы	ОК-3зув ПК-1зув ПК-2зув
Итого по разделу 2	8	4	8/6И		4			
Раздел 3. Платежные системы электронного бизнеса								
3.1. Электронные платежные системы	8	2	4/4И		2	Подготовка к лекции и практическому занятию	Опрос, защита практической работы	ОК-3зув ПК-1зув ПК-2зув
3.2. Стандарты электронных расчетов	8	2	3		1	Подготовка к лекции и практическому занятию	Опрос, защита практической работы	ОК-3зув ПК-1зув ПК-2зув
Итого по разделу 3	8	4	7/4И		3			
Раздел 4. Безопасность электронного бизнеса								
4.1. Технологии защиты информации	8	2	2/2И		1	Подготовка к лекции и практическому занятию	Опрос, защита практической работы	ОК-3зув ПК-1зув ПК-2зув

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа (в акад. часах)	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код и структурный элемент компетенции
		лекции	лаборат. занятия	практич. занятия				
4.2. Безопасность электронной коммерции	8	2	2		1	Подготовка к лекции и практическому занятию	Опрос, защита практической работы	ОК-3зув ПК-1зув ПК-2зув
Итого по разделу 4	8	4	4/2И		2			
Итого по дисциплине	8	22	33/12И		13,9		Экзамен	

5 Образовательные и информационные 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, содержания, 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 студентов

Аудиторная самостоятельная работа студентов на лабораторных занятиях осуществляется под контролем преподавателя в виде выполнения лабораторных работ.

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

Аудиторная самостоятельная работа предполагает выполнение заданий на лекциях и лабораторных работах.

Тематика лабораторных работ:

1. Статистика и анализ российской аудитории сети Интернет
2. Статистика и анализ развития бизнеса в сети Интернет
3. Классификация электронных предприятий по типу электронных отношений
4. Предприятия электронной коммерции сектора B2C
5. Предприятия электронной коммерции сектора B2B
6. Анализ развития электронного бизнеса в своем городе
7. Анализ российских систем Интернет-банкинга
8. Анализ российских систем Интернет-трейдинга
9. Анализ платежных систем
10. Сравнительный анализ российских рекламных служб Интернет

Примерные индивидуальные задания:

1. Разработка Интернет-магазина «СпортПро» с использованием StoreLand
2. Разработка предложений по повышению эффективности деятельности Интернет-магазина «Поплавки»
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

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

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

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
ОК-3 – способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности		
Знать	– Терминологию, основные понятия и определения сетевой экономики. – Теоретические и практические методы конструирования сайтов электронной коммерции. – Бизнес-модели электронной коммерции, сетевой финансовой деятельности, модели ценообразования на сетевые товары и услуги	Перечень тем и заданий для подготовки 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.
Уметь	– Ориентироваться в тенденциях развития нормативно-правовой сферы электронного бизнеса. – Выполнять релевантный поиск в глобальной сети. – Оценивать экономическую эффективность инвестиций в сетевые компании. – Проводить исследование и анализ конъюнктуры сетевого рынка. – Использовать полученные знания при освоении учебного материала последующих дисциплин.	Примерные индивидуальные задания: 1. Разработка проекта продвижения Интернет-магазина в социальных сетях 2. Системы поведенческого и социально-демографического таргетинга 3. Модели поискового поведения пользователей и взаимодействия в Web 4. Облачные технологии в электронном бизнесе 5. Методы продвижения продукта в социальных сетях 6. Методы оценки эффективности инвестиций, привлекаемых для реализации бизнес-проектов (интернет-

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		магазинов) 7. Интеграция предприятия малого бизнеса в среду электронной коммерции 8. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете 9. Разработка бизнес-плана открытия цветочного Интернет-магазина 10. Применение вирусного маркетинга в Интернет 11. ИТ-решения для повышения эффективности деятельности организации в сфере электронного бизнеса 12. Применение методики ССВ для оценки затрат на разработку и внедрение сайта ООО «РС-Оборудование» 13. Система поддержки потребительского решения в среде Интернета 14. Электронные торговые системы на фондовом и валютном рынках 15. Рынок образовательных услуг в области электронной коммерции 16. Методы и средства проведения рекламных кампаний в Интернете 17. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете 18. Системы поведенческого и социально-демографического таргетинга 19. Модели поискового поведения и взаимодействия в Web 20. Маркетинг в социальных сетях 21. Применение моделей на основе когнитивных карт при разработке стратегий развития бизнеса. 22. Бренд-сообщества и бренд-группы в социальных се-

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		тях 23. Основные методы оценки эффективности создания и внедрения бизнес-проектов (интернет-магазинов) 24. Оценка эффективности взаимодействия с клиентами предприятий электронного бизнеса 25. Методы оценки эффективности предприятий электронного бизнеса 26. Система поддержки потребительского решения в среде Интернета 27. Интеграция предприятия малого бизнеса в среду электронной коммерции 28. Анализ рынка бизнес-приложений 29. Исследование рынка платежных систем в России и за рубежом 30. Анализ, разработка и оптимизация бизнес-процессов предприятия электронной коммерции 31. Анализ подходов для поддержания функционирования моделей электронной коммерции на предприятии 32. Цифровая подпись: описание, алгоритмы, сферы применения 33. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете 34. Вирусный маркетинг 35. Электронные платежные системы
Владеть	– Современными методиками и технологиями организации деятельности предприятий, согласно требованиям нормативно-правовых актов в сфере электронного бизнеса. – Навыками оценки экономических характеристик информационных сетей.	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;

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
	– Навыками оперирования информационными средствами сетевой коммерции.	– 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; – рост оборотов электронной коммерции B2C; – динамика количества Интернет-магазинов, электронных бирж, Интернет-аукционов, брокерских компаний, сетевых банков; – темпы роста Интернет-рекламы. 3. Осуществить знакомство с представленными в глобальной сети Интернет предприятиями электронной ком-

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		мерции сектора Business-to-Business (B2B) и Business-to-Customers (B2C); изучить типовую структуру электронных предприятий (электронных магазинов)
ПК-1 – способностью проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе		
Знать	– Структуру, виды и модели электронного бизнеса. – Приемы использования возможностей Интернет для изучения рынка и привлечения потенциальных клиентов, рекламы предлагаемых товаров и услуг, эффективного ведения электронной бизнеса. – Устройство и принципы функционирования платежных систем. – Способы выбора аппаратного и программного обеспечения, необходимого для электронного бизнеса. – Системы безопасности электронного бизнеса.	Вопросы к экзамену: 1. Модели электронного бизнеса (B2B, B2C, P2P, B2G, и др.). 2. Классификация бизнес-моделей в зависимости от степени интеграции новых информационных технологий в хозяйственную деятельность предприятия. 3. Выбор оптимальной модели интеграции предприятия в электронный бизнес. 4. Платежные системы. Требования к платежным системам. Схемы оплаты товаров и услуг в электронном бизнесе. 5. Кредитные карты, электронные чеки, электронные деньги. Существующие стандарты осуществления транзакций в Интернете. 6. Отличие Интернет-рекламы от других рекламных средств. Классификация Интернет-рекламы. Основные фазы взаимодействия пользователя с рекламой. 7. Рекламные носители в Интернете (новые баннерные стандарты, рассылки и спам, вирусный маркетинг, и др.). Развитие Интернет-рекламы в России. 8. Ценовые модели размещения рекламы. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет. 9. Методика расчета эффективности рекламного направления в Интернете.

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		10. Методика оценки экономической эффективности интернет-сайта как средства коммуникации. Методика оценки качества сайта. 11. Финансовые услуги в Интернете. 12. Интернет-посредники. 13. Интернет-аукционы. 14. Определение Интернет-маркетинга. Особенности и виды Интернет-маркетинга. 15. Маркетинговые исследования в Интернете. 16. Отличие Интернет-рекламы от других рекламных средств. Классификация Интернет-рекламы. Основные фазы взаимодействия пользователя с рекламой. 17. Рекламные носители в Интернете (новые баннерные стандарты, рассылки и спам, вирусный маркетинг, и др.). Развитие Интернет-рекламы в России. 18. Ценовые модели размещения рекламы. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет. 19. Методика расчета эффективности рекламного направления в Интернете.
Уметь	– Пользоваться понятийным аппаратом. – Анализировать маркетинговую, статистическую и технологическую информацию в области электронного бизнеса. – Разрабатывать план проведения рекламной кампании в Интернете и рассчитывать ее экономическую эффективность. – Организовывать маркетинговое исследование в Интернете.	Примерные индивидуальные задания: 1. Разработка предложений по повышению эффективности деятельности Интернет-магазина «Поплавок» 2. Анализ и оптимизация бизнес-процессов ООО «ЦИТ Факт» 3. Анализ использования мобильных приложений, как маркетинговых средств в деятельности сети быстрого питания BurgerKing 4. Создание бренд-группы для продвижения в социальных сетях студии «ProVideo»

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		5. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете на предприятии ООО «Инфора» 6. Разработка проекта продвижения Интернет-магазина в социальных сетях 7. Системы поведенческого и социально-демографического таргетинга 8. Модели поискового поведения пользователей и взаимодействия в Web 9. Разработка проекта внедрения ERP-системы для ОАО «Алроса» 10. Аудит сайта ООО «КровТехноСнаб» 11. Разработка проекта рекламной кампании для студии «ProVideo» в сети Интернет 12. Организация маркетинговых исследований в Интернете для ООО «Информационные технологии» 13. Разработка проекта продвижения сертифицированной парфюмерно-косметической продукции в социальных сетях 14. Разработка проекта модернизации системы электронного документооборота в архиве ОАО «КредитУрал-Банк» 15. Аудит сайта ОАО «КредитУралБанк» 16. Оценка эффективности взаимодействия с клиентами ОАО САК Энергогарант 17. Разработка проекта внедрения ERP-системы для ООО «Абсолют-логистика» 18. Применение вирусного маркетинга в Интернет 19. Разработка проекта внедрения модуля онлайн-консультирования для сайта риэлтерской компании ООО «Ковчег»

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		20. Разработка проекта продвижения кредитной программы для банка «ХоумКредит» в социальных сетях 21. Разработка проекта торговой системы B2B для ООО «ЮжУралЭнерго» 22. Оценка рисков разработки Интернет-магазина для мебельного предприятия «Ёлочка» 23. ИТ-решения для повышения эффективности деятельности организации в сфере электронного бизнеса 24. Применение методики ССВ для оценки затрат на разработку и внедрение сайта ООО «РС-Оборудование» Тематика лабораторных работ: 1. Статистика и анализ российской аудитории сети Интернет 2. Статистика и анализ развития бизнеса в сети Интернет 3. Классификация электронных предприятий по типу электронных отношений 4. Предприятия электронной коммерции сектора B2C Предприятия электронной коммерции сектора B2B
Владеть	– Навыками осуществления выбора аппаратных и программных средств и систем для реализации типовых решений электронного бизнеса. – Навыками формирования предложений по реорганизации деятельности учреждений при переводе их в интернет. – Навыками разработки отдельных элементов электронного бизнеса	Содержание работы 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

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		7. Риски Подготовка презентации и защита проекта.
ПК-2 – способностью разрабатывать, внедрять и адаптировать прикладное программное обеспечение		
Знать	– Терминологию, основные понятия и определения прикладного ПО. – Теоретические и практические методы разработки, внедрения и адаптации прикладное программное обеспечение. – Способы выбора методов и аппаратного и программного обеспечения.	Перечень тем и заданий для подготовки к экзамену: 1. Модели электронного бизнеса (B2B, B2C, P2P, B2G, и др.). 2. Классификация бизнес-моделей в зависимости от степени интеграции новых информационных технологий в хозяйственную деятельность предприятия. 3. Выбор оптимальной модели интеграции предприятия в электронный бизнес. 4. Основные угрозы электронному бизнесу в интернете. Системы защиты информации в интернете. Криптографические методы защиты информации. Симметричные и асимметричные криптосистемы. 5. Идентификация и проверка подлинности пользователей. Электронная цифровая подпись. Цифровые сертификаты. Средства защиты в клиентском программном обеспечении (браузеры, электронная почта).
Уметь	– Пользоваться понятийным аппаратом. – Анализировать информацию по разработке, внедрению и адаптации прикладное программное обеспечение в области электронного бизнеса. – Разрабатывать политику информационной безопасности электронного бизнеса	Примерные индивидуальные задания: 1. Разработка Интернет-магазина «СпортПро» с использованием StoreLand 2. Разработка проекта сайта бронирования гостиничных номеров для ООО «7KVR» 3. Разработка цветочного Интернет-магазина с использованием VirtueMart 4. Система поддержки потребительского решения в среде Интернета 5. Интеграция предприятия малого бизнеса в среду

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		электронной коммерции 6. Анализ рынка бизнес-приложений 7. Анализ, разработка и оптимизация бизнес-процессов предприятия электронной коммерции 8. Анализ подходов для поддержания функционирования моделей электронной коммерции на предприятии 9. Электронные платежные системы Тематика лабораторных работ: 1. Анализ развития электронного бизнеса в своем городе 2. Анализ российских систем Интернет-банкинга 3. Анализ российских систем Интернет-трейдинга 4. Анализ платежных систем Сравнительный анализ российских рекламных служб Интернет
Владеть	– Навыками осуществления выбора аппаратных и программных средств для реализации типовых решений электронного бизнеса. – Навыками формирования предложений по разработке, внедрению и адаптации прикладное программное обеспечение для электронного бизнеса. – Навыками разработки элементов политики информационной безопасности электронного бизнеса	Содержание работы Содержанием работы является разработка основной идеи и концепции бизнеса в Интернет и разработка бизнес-плана, реализации проекта с использованием соответствующего инструментария, 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 8. Разработка систем электронной коммерции

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

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

Экзамен по данной дисциплине проводится в устной форме по экзаменационным билетам, каждый из которых включает 2 теоретических вопроса и одно практическое задание.

Показатели и критерии оценивания экзамена:

– на оценку «отлично» (5 баллов) – 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.

– на оценку «хорошо» (4 балла) – 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.

– на оценку «удовлетворительно» (3 балла) – 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.

– на оценку «неудовлетворительно» (2 балла) – обучающийся демонстрирует знания не более 20% теоретического материала, допускает существенные ошибки, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

– на оценку «неудовлетворительно» (1 балл) – обучающийся не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11785-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — Режим доступа: <https://urait.ru/viewer/elektronnaya-kommerciya-450865>

б) Дополнительная литература:

1. Сторожева Е. В. Методики оценки эффективности электронного бизнеса [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. В. Сторожева ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2724.pdf&show=dcatalogues/1/1132059/2724.pdf&view=true> . - Макрообъект.
2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — Режим доступа: <https://urait.ru/viewer/innovacionnye-tehnologii-v-kommercii-i-biznese-425884>
3. Сторожева Е. В. Бизнес в сети [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. В. Сторожева, А. Н. Старков ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3377.pdf&show=dcatalogues/1/1139232/3377.pdf&view=true> . - Макрообъект. - ISBN 978-5-9967-1086-7.
4. Старков А. Н. Сетевая экономика [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Н. Старков, Е. В. Сторожева ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 107 с. : табл., схемы. - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3497.pdf&show=dcatalogues/1/1514302/3497.pdf&view=true> . - Макрообъект.

в) Методические указания:

1. Макашова В. Н. Электронный бизнес [Электронный ресурс] : практикум / В. Н. Макашова, А. Н. Старков ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 127 с. : ил. табл. - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2912.pdf&show=dcatalogues/1/1134450/2912.pdf&view=true> . - Макрообъект.

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение:

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7	Д-1227 от 08.10.2018 Д-757-17 от 27.06.2017	11.10.2021 27.07.2018
MS Office 2007	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
Office Visio Prof 2007(подписка Imagine Premium)	последнее обновление Д-1227 от 8.10.2018, № договора Д-775-14 от 24.06.2014	бессрочно
Google Chrome	свободно распространяемое ПО	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные систем

Название курса	Ссылка
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины

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 Интернет 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 Интернет 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.