

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Мордовский государственный педагогический
университет имени М.Е. Евсевьева»**

Физико-математический факультет

Кафедра менеджмента и экономики образования

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля): Управление электронным бизнесом

Уровень ОПОП: Бакалавриат

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Менеджмент организации

Форма обучения: Очная

Разработчики:

Семенова О. А., кандидат экономических наук, доцент

Ефимова Е.В., кандидат экономических наук, старший государственный
налоговый инспектор отдела камеральных проверок юридических лиц
ИФНС по Ленинскому району г. о. Саранск

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры, протокол № 11
от 05.05.2018 года



Зав. кафедрой _____ Куркина Н. Р.

Программа с обновлениями рассмотрена и утверждена на заседании кафедры,
протокол № 12 от 24.06.2019 года



Зав. кафедрой _____ Куркина Н. Р.

Программа с обновлениями рассмотрена и утверждена на заседании кафедры,
протокол № 1 от 31.08.2020 года



Зав. кафедрой _____ Куркина Н. Р.

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины - подготовка студентов к процессам управления проектами различного масштаба в электронном бизнесе

Задачи дисциплины:

- изучить современные концепции в области электронного бизнеса;
- разобрать перспективные сценарии использования Интернет-технологий в электронном бизнесе;
- расширить навыки управления интернет-проектами и взаимодействия с разработчиками интернет-решений;
- научиться проводить оценку и обоснование целесообразности новых Интернет-технологий и идей в электронном бизнесе.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.02 «Управление электронным бизнесом» относится к вариативной части учебного плана.

Дисциплина изучается на 3 курсе, в 6 семестре.

Для изучения дисциплины требуется: знания в области экономики и информатики

Изучению дисциплины Б1.В.ДВ.06.02 «Управление электронным бизнесом» предшествует освоение дисциплин (практик):

Основы предпринимательства;

Корпоративное управление;

Основы внешнеэкономической деятельности.

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.06.02 «Управление электронным бизнесом» является необходимой основой для последующего изучения дисциплин (практик):

Управление поведением потребителя;

Мерчандайзинг;

Бизнес-планирование;

Преддипломная практика;

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;

Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы.

Область профессиональной деятельности, на которую ориентирует дисциплина «Управление электронным бизнесом», включает: организации различной организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие) и органы государственного и муниципального управления, в которых выпускники работают в качестве исполнителей и координаторов по проведению организационно-технических мероприятий и администрированию реализации оперативных управленческих решений, а также структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

Освоение дисциплины готовит к работе со следующими объектами профессиональной деятельности:

- процессы реализации управленческих решений в организациях различных организационно-правовых форм;
- процессы реализации управленческих решений в органах государственного и муниципального управления.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и учебным планом.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций.

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК) в соответствии с видами деятельности:

предпринимательская деятельность.

ПК-17 Способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

ПК-17 Способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	знать: - представление об автоматизированных информационных системах уметь: - применять информационные технологии для решения управленческих задач владеть: - навыками работы с информационно-коммуникационными технологиями
---	---

ПК-20 Владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур.

ПК-20 Владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур	знать: - основные способы и средства информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки, интерпретации информации уметь: - воспринимать и методически обобщать информацию, определять цель и пути ее достижения владеть: - навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур
--	--

4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Шестой семестр
Контактная работа (всего)	76	76
Лекции	26	26
Практические	50	50
Самостоятельная работа (всего)	32	32
Виды промежуточной аттестации		
Зачет		+
Общая трудоемкость часы	108	108
Общая трудоемкость зачетные единицы	3	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание модулей дисциплины

Модуль 1. Управление электронным бизнесом:

Теоретические основы электронного бизнеса. Стандарты электронного бизнеса. Роль Интернета в бизнесе. Системы электронного бизнеса. Управление проектами в электронном бизнесе. Электронный рынок и модели взаимодействия его участников. Электронная

коммерция.

Модуль 2. Электронный маркетинг и платёжные системы:

Электронные платежные системы. Основы электронного маркетинга. Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет. Контекстная реклама. Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга. Стратегия, планирование в Интернет маркетинге

52. Содержание дисциплины: Лекции (26 ч.)

Модуль 1. Управление электронным бизнесом (14 ч.)

Тема 1. Теоретические основы электронного бизнеса (2 ч.)

Электронный и традиционный бизнес. Электронная коммерция как форма ведения бизнеса.

Тема 2. Стандарты электронного бизнеса (2 ч.)

Системы классификации товаров и услуг. Электронные подписи

Тема 3. Роль Интернета в бизнесе (2 ч.)

Интернет в бизнесе. Роль Web-сайта в электронном бизнесе. Создание Web-сайта требования к нему. Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и ее составляющие.

Тема 4. Системы электронного бизнеса (2 ч.)

Система управления содержимым (CMS) и ее функции. Электронный документооборот и его технологии. Уровни развития систем электронного бизнеса.

Тема 5. Управление проектами в электронном бизнесе (2 ч.)

Системы управления ИТ-проектами. Управление данными.

Тема 6. Электронный рынок и модели взаимодействия его участников (2 ч.)

Формы взаимодействия участников рынка. Технологии электронного бизнеса.

Тема 7. Электронная коммерция (2 ч.)

Электронные транзакции и их классификация. Факторы развития электронной коммерции. Структура электронного рынка.

Модуль 2. Электронный маркетинг и платёжные системы (12 ч.)

Тема 8. Электронные платежные системы (2 ч.)

Карточные платежные системы для сайтов. Системы электронных кошельков. Платежные посредники. Универсальные платежные системы или «агрегаторы».

Тема 9. Основы электронного маркетинга (2 ч.)

Основные инструменты интернет-маркетинга. Поисковая оптимизация. Контекстная реклама. Email маркетинг. Блоггинг. Социальные сети (SMM, SMO). Вирусный маркетинг.

Тема 10. Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет (2 ч.)

Средства Интернет коммуникации: Web сайт компании: контент и структура сайта, usability SEO, SMO, контекстная реклама, баннерная реклама, вирусный маркетинг, почтовая Интернет рассылка, тематические форумы, Википедия. Понятие, сущность и основные отличия средств маркетинговых коммуникаций от традиционных. PR-кампания в Интернет Принципы и новые способы формирования коммуникационной политики предприятия в сети Интернет. Мобильный интернет. Интерактивный Интернет маркетинг: приложения и игры, ролики.

Тема 11. Контекстная реклама (2 ч.)

Понятие, сущность и преимущества контекстной рекламы. История возникновения и развития контекстной рекламы. Рынок контекстной рекламы. Сервисы контекстной рекламы. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании. Правила подбора слов, составления текстов объявлений, выбора целевых страниц, показа объявлений. Примеры правильных и неправильных объявлений. Расчет эффективности контекстной рекламной кампании.

Тема 12. Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга (2 ч.)

Понятие эффективности мероприятий Интернет маркетинга. Аналитический как элемент оценки: виды, требования.

Пост-клик анализ рекламной кампании. Статистика посещений сайтов: Яндекс метрика, Liveinternet, Google analytics. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов.

Тема 13. Стратегия, планирование в Интернет маркетинге (2 ч.)

Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет: анализ спроса, анализ конкурентной среды, изучение web аналитики. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика. Выбор вида коммуникации. Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет маркетинга.

53. Содержание дисциплины: Практические (50 ч.)

Модуль 1. Управление электронным бизнесом (26 ч.)

Тема 1. Теоретические основы электронного бизнеса (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое интернет- канал маркетинга и рекламы? Привести примеры.
2. Какие схемы ведения сетевого бизнеса вы знаете?
3. Что такое корпоративные информационные системы?
4. Какие виды предпринимательской деятельности и услуг в сфере электронной коммерции вы знаете?
5. Какие стандарты электронных расчётов вы знаете?

Тема 2. Стандарты электронного бизнеса (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Какие стандарты электронных расчётов вы знаете?
2. Что такое стандарт SET?
3. Типы сообщений в электронном обмене данными.
4. Принципы стандартизации электронного обмена данными.
5. Перечислить стандарты электронного обмена данными.

Тема 3. Системы электронного бизнеса (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое CRM система? Какое её предназначение. Приведите примеры.
2. Приведите примеры различных CMS. Какие из них самые распространённые?
3. Чем они отличаются различные CMS?
4. Дайте определение электронного обмена данными.
5. Назовите сферы применения и факторы, способствующие внедрению электронного обмена данными.

Тема 4. Системы электронного бизнеса (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Какие системы управления ИТ-проектами вы знаете?
2. Назовите основные функции систем управления ИТ- проектами.
3. Назовите основные типы систем управления ИТ- проектами.
4. Что такое многоканальные продажи?
5. Приведите примеры платформ электронной коммерции.

Тема 5. Электронный рынок и модели взаимодействия его участников (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое технологии электронной коммерции?
2. Назовите современные технологии электронной коммерции.
3. Какие существуют прогнозы развития технологий электронной коммерции?

Тема 6. Модели электронного бизнеса в России (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

- 1 Перечислите основные модели электронного бизнеса в России.
- 2 Какие из перечисленных основных моделей электронного бизнеса в России можно отнести к электронной коммерции?
- 3 С какого времени возможности Интернета используются в России для электронной коммерции?
- 4 Что представляет собой электронная коммерция?
- 5 Перечислите основные типы взаимодействия коммерции, и приведите примеры модели

взаимодействия B2B.

6 Перечислите существующие типы взаимодействия в электронной коммерции, и приведите примеры модели взаимодействия B2C.

7 Какие типы взаимодействия в электронной коммерции вы знаете? Приведите примеры модели взаимодействия C2C.

Тема 7. Изучение предприятий электронной коммерции (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

- 1 Дайте определение интерне-магазина.
- 2 Перечислите ключевые моменты из определения, данного в ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения».
- 3 Назовите характерные черты интернет-магазина.
- 4 Какие вы знаете системы классификации Интернет-магазинов?
- 5 Перечислите отличия интернет-витрины от интернет-магазина.

Тема 8. Создание партнерского магазина для электронной коммерции (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

- 1 Что такое интернет-магазин?
- 2 Назовите отличия интернет-витрины (WEB- витрины) от интернет-магазина.
- 3 Назовите отличия электронной торговой площадки от интернет-магазина.
- 4 Можно ли называть партнерский магазин интернет-магазином?
- 5 В чем состоит смысл партнерских интернет-магазинов?

Тема 9. Изучение инструментов для исследования поведения посетителей сайта (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

- 1 Что такое веб-аналитика?
- 2 Назовите основные задачи веб-аналитики.
- 3 Назовите методы, которые используются в веб-аналитике.
- 4 В каких аспектах развития сайта и его продвижения в Интернете помогает веб-аналитика?
- 5 Какие существуют инструменты веб-аналитики?
- 6 Какие инструменты веб-аналитики вы знаете?

Тема 10. Изучение сервисов по созданию интернет-магазинов (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

- 1 Перечислите ключевые моменты из определения интернет-магазина, данного в ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения».
- 2 Где в России, по статистике, расположено территориально более 60% интернет-магазинов?
- 3 Назовите характерные черты интернет-магазина.
- 4 Что представляет собой конструктор интернет-магазина.
- 5 Назовите основные принципы работы конструктора интернет-магазина.

Тема 11. Использование сервисов для проведения аудита сайтов на безопасность (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

- 1 Каким способом можно существенно повысить безопасность сайта?
- 2 Как называется работа по нахождению недочетов в коде сайта и всем программном обеспечении сервера.
- 3 Какие действия включает в себя комплексный аудит?
- 4 От какого главного фактора зависит риск взлома сайта?

Тема 12. Предприятия электронной коммерции сектора B2B (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

- 1 Что такое сегмент B2B?
- 2 Что такое виртуальная торговая площадка?
- 3 Какие виды виртуальных торговых площадок вы можете выделить?
- 4 Перечислите основные функции виртуальных торговых площадок?
- 5 В чем достоинства виртуальных торговых площадок?
- 6 Что такое интернет-тендер?
- 7 Каковы основные бизнес-модели виртуальных торговых площадок?

Тема 13. Ценообразование в сети Интернет (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

- 1 Изучите сайты нескольких Интернет-магазинов и приведите примеры использования

ценообразования по методу «цена набора» и «цена подписки».

2 Опишите, какие товары/услуги предлагаются с использованием этих методов.

Модуль 2. Электронный маркетинг и платёжные системы (24 ч.)

Тема 14. Электронные платежные системы (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Дать определение электронного платежа.
2. Дать определение электронной платёжной системы.
3. Что такое биллинг?
4. Дать определение электронных денег.
5. Дайте определение интернет-банкинга.
6. Назовите виды платёжных систем.
7. Назовите самые распространённые платёжные системы.

Тема 15. Основы электронного маркетинга (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое SEO?
2. Назовите основные факторы SEO продвижения.
3. Назовите маркетинговые сервисы Яндекс и Google.
4. Что такое контекстная реклама?

Тема 16. Интернет-маркетинг в современных условиях (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

- 1 Рекламная кампания в сети Интернет
- 2 Место и роль мероприятий Интернет маркетинга в рекламной деятельности российских и иностранных предприятий.

Подготовьте (на выбор) доклад на тему:

Создание рекламной кампании в сети Интернет

Специфика мероприятий Интернет маркетинга в России

Тема 17. Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

- 1 Средства Интернет коммуникации.
- 2 Отличительные особенности средств маркетинговых коммуникаций от традиционных.
- 3 Интерактивный Интернет маркетинг.

Подготовьте (на выбор) доклад на тему:

Web сайт компании

PR-кампания в Интернете

Вирусный маркетинг

Тема 18. Контекстная реклама (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

- 1 Сущность и преимущества контекстной рекламы.
- 2 Стратегии ведения контекстной рекламной кампании.
- 3 Расчет эффективности контекстной рекламной кампании.

Подготовьте (на выбор) доклад на тему:

Место контекстной рекламы в Интернет маркетинге

Рынок контекстной рекламы

Создание и настройка объявлений в Яндекс Директ, GoogleAdwords

Сервисы контекстной рекламы

Тема 19. Поисковое продвижение сайта (SEO) (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

- 1 Сущность поискового продвижения сайта.
- 2 Внутренние факторы, влияющие на продвижение сайта.
- 3 Подбор ключевых запросов.
- 4 Поисковая оптимизация.

5 Особенности написания текстов.

Подготовьте (на выбор) доклад на тему:

Преимущества поискового продвижения сайта

Перелинковка

Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов

Тема 20. Социальные сети. Порталы и блоги (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1 Сущность социальной сети.

2 Стратегия продвижения в социальных сетях.

3 Интеграция сайта с социальными сетями.

Подготовьте (на выбор) доклад на тему:

Основные отличия российских и иностранных социальных сетей на примере Facebook Twitter, Вконтакте, Одноклассики».

Инструменты продвижения в социальных сетях

Тема 21. Стратегия, планирование в Интернет маркетинге (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1 Маркетинговая стратегия в сети Интернет.

2 Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет маркетинга.

Подготовьте (на выбор) доклад на тему:

Анализ спроса в сети Интернет

Web аналитика

Стратегическое планирование кампании и оценка трафика

Тема 22. Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга (2 ч.)

Вопросы обсуждения:

1 Эффективность мероприятий Интернет маркетинга.

2 Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов.

Подготовьте (на выбор) доклад на тему:

Аналитический отчет мероприятий Интернет маркетинга

Webсервисы статистики посещений сайтов: отличия и преимущества

Тема 23. Методы продвижения сайтов в интернете (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1 Что представляет собой поисковая система?

2 Какие параметры учитывает поисковая система

при вычислении релевантности сайта, т.е. степени соответствия сайта введённому запросу?

3 Какие факторы оптимизации может контролировать владелец сайта?

4 Какие мероприятия относятся к внутренней оптимизации сайта?

5 Какие методы относятся к внешней поисковой оптимизации?

6 Что такое семантическое ядро?

7 Что представляют собой ключевые фразы?

8 Какие факторы понижают рейтинг сайта в поисковой выдаче?

Тема 24. Создание интернет-магазина с помощью конструктора (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1 Перечислите ключевые моменты из определения интернет-магазина, данного в ГОСТ Р 51303-2013 « Торговля. Термины и определения».

2 Назовите характерные признаки интернет-магазина.

3 Что представляет собой конструктор интернет-магазина.

4 Назовите основные принципы работы конструктора интернет-магазина.

Тема 25. Сеть Интернет как канал распределения (2 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1 Что такое электронный товар?

2 Могут ли услуги предлагаться в цифровом формате? Приведите пример.

3 Как можно классифицировать электронные товары?

4 Какими специфическими качествами обладают электронные товары? Приведите примеры отрицательных и положительных экономических последствий электронных товаров.

5 Что такое кумулятивная полезность электронных товаров?

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1 Вопросы и задания для самостоятельной работы

Шестой семестр (32 ч.)

Модуль 1. Управление электронным бизнесом (16 ч.)

Вид СРС: *Выполнение индивидуальных заданий

- 1 Найдите в российском сегменте сети Интернет две компании, занимающиеся деятельностью, максимально близкой к описанной в вашем варианте.
- 2 Изучите сайты выбранных компаний и составьте набор из 8–11 характеристик, по которым данные компании отличаются друг от друга.
- 3 Определите значения каждой из характеристик для каждой из компаний.
- 4 Подготовьте отчет

Модуль 2. Электронный маркетинг и платёжные системы (16 ч.)

Вид СРС: *Выполнение индивидуальных заданий

- 1 Найдите в Интернете 4 продукции в соответствии с товарной группой вашего варианта.
- 2 Осуществите моделирование процесса заказа покупки выбранного товара во всех 4-х интернет-магазинах.

7. Тематика курсовых работ(проектов)

Курсовые работы (проекты) по дисциплине не предусмотрены.

8. Оценочные средства для промежуточной аттестации

8.1. Компетенции и этапы формирования

Коды компетенций	Этапы формирования		
	Курс, семестр	Форма контроля	Модули (разделы) дисциплины
ПК-17	3 курс, Шестой семестр	Зачет	Модуль 1: Управление электронным бизнесом.
ПК-20	3 курс, Шестой семестр	Зачет	Модуль 2: Электронный маркетинг и платёжные системы.

Сведения об иных дисциплинах, участвующих в формировании данных компетенций:

Компетенция ПК-17 формируется в процессе изучения дисциплин:

Интернет-экономика, Корпоративное управление, Мерчандайзинг, Основы внешнеэкономической деятельности, Основы предпринимательства, Управление поведением потребителя, Управление электронным бизнесом.

Компетенция ПК-20 формируется в процессе изучения дисциплин:

Бизнес-планирование, Интернет-экономика, Основы предпринимательства, Управление электронным бизнесом.

8.2 Показатели и критерии оценивания компетенций, шкалы оценивания

В рамках изучаемой дисциплины студент демонстрирует уровни овладения компетенциями:

Повышенный уровень:

знает и понимает теоретическое содержание дисциплины; творчески использует ресурсы (технологии, средства) для решения профессиональных задач; владеет навыками решения практических задач.

Базовый уровень:

знает и понимает теоретическое содержание; в достаточной степени сформированы умения применять на практике и переносить из одной научной области в другую теоретические знания; умения и навыки демонстрируются в учебной и практической деятельности; имеет навыки оценивания собственных достижений; умеет определять проблемы и потребности в конкретной области профессиональной деятельности.

Пороговый уровень:

понимает теоретическое содержание; имеет представление о проблемах, процессах, явлениях; знаком с терминологией, сущностью, характеристиками изучаемых явлений; демонстрирует практические умения применения знаний в конкретных ситуациях профессиональной деятельности.

Уровень ниже порогового:

демонстрирует студент, обнаруживший пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допускающий принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не способный продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания для промежуточной аттестации		Шкала оценивания по БРС
	Экзамен (дифференцированный зачет)	Зачет	
Повышенный	5 (отлично)	зачтено	90 – 100%
Базовый	4 (хорошо)	зачтено	76 – 89%
Пороговый	3 (удовлетворительно)	зачтено	60 – 75%
Ниже порогового	2 (неудовлетворительно)	незачтено	Ниже 60%

Критерии оценки знаний студентов по дисциплине

Оценка	Показатели
Зачтено	выставляется студенту, если он показал освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), предусмотренных программой; его ответы на вопросы даже частично носят проблемный характер, при раскрытии особенностей развития тех или иных профессиональных идей используются материалы современных пособий; при ответе используется терминология предметной области дисциплины; ответы на вопрос имеют логически выстроенный характер, используются такие мыслительные операции, как сравнение, анализ и обобщение; имеется личная точка зрения слушателя, основанная на фактическом и проблемном материале, приобретенном на лекционных, семинарских, практических занятиях и в результате самостоятельной работы.

Незачтено	выставляется студенту, если он не показал освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций); при ответе обнаруживается отсутствие владением материалом в объеме изучаемой дисциплины; при раскрытии особенностей развития тех или иных профессиональных идей не используются материалы современных источников; представление профессиональной деятельности не рассматривается в контексте собственного профессионального опыта, практики его организации; при ответе на вопросы не дается трактовка основных понятий, при их употреблении не указывается авторство; ответы на вопросы не имеют логически выстроенного характера, не используются такие мыслительные операции, как сравнение, анализ и обобщение.
-----------	---

83. Вопросы, задания текущего контроля

Модуль 1: Управление электронным бизнесом

ПК-17 Способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

1. Чем характеризуются электронные товары в цифровом формате?
2. Что такое «проблема лимонов» применительно к электронным товарам? Можно ли ее преодолеть?
3. Назовите черты Интернета, которые относят его к неэффективному рынку.
4. Как Интернет меняет структуру канала-распределения и функции его участников?
5. Как использование Интернета в качестве канала распределения связано с возможностью возникновения конфликта в канале?

Модуль 2: Электронный маркетинг и платёжные системы

ПК-20 Владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур

1. Что понимают под терминами «корпоративный информационный портал»?
2. Что такое электронные торговые площадки? Какие функции реализуются с помощью торговых площадок?
3. В чем заключаются основные различия между секторами B2B B2C?
4. Какие существуют способы получения первичной маркетинговой информации в Интернете?
5. В чем преимущества и недостатки опросов on-line перед традиционными методами опросов?

84. Вопросы промежуточной аттестации

Шестой семестр (Зачет, ПК-17, ПК-20)

1. Дайте определение электронного рынка.
2. Охарактеризуйте потребителей, использующих Интернет.
3. Опишите схему отношений традиционного и электронного бизнеса.
4. Опишите особенности функционирования экономики разнородных сетей.
5. Назовите основные этапы разработки маркетинговой стратегии.
6. Перечислите структурные разделы электронного магазина
7. Раскройте методы оценивания стоимости коммуникаций.
8. Оцените представленный каталог товаров, услуг, организаций.
9. Рассмотрите систему управления закупками.
10. Рассмотрите систему полного цикла сопровождения поставщиков.
11. Оцените возможности поисковой системы по поиску товаров, услуг, организаций.

12. Опишите алгоритм организации фокус-группы on-line.
13. Отметьте достоинства и недостатки пользовательского интерфейса.
14. Охарактеризуйте многоотраслевые (горизонтальные) электронные площадки.
15. Охарактеризуйте виртуальные предприятия и Интернет-инкубаторы.
16. Назовите три основных направления маркетинговых исследований в Интернете.
17. Охарактеризуйте Интернет-аукционы и Интернет-трейдинг.
18. Опишите процесс построения системы интернет-торговли.
19. Рассмотрите функционирование интернет-магазинов.
20. Охарактеризуйте показатели оценки эффективности функционирования электронного магазина.
21. Опишите механизм сбора вторичной маркетинговой информации в Интернете.
22. Рассмотрите Интернет-экономику как стимул появления новых участников рынка.
23. Опишите механизм проведения маркетинговых исследований в Интернете.
24. Перечислите известные вам типы и модели организации электронных торговых площадок, приведите примеры.
25. Назовите основные модели взаимодействия и организационные формы участников электронного рынка.

85. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет позволяет оценить сформированность универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, теоретическую подготовку студента, его способность к творческому мышлению, готовность к практической деятельности, приобретенные навыки самостоятельной работы, умение синтезировать полученные знания и применять их при решении практических задач.

При балльно-рейтинговом контроле знаний итоговая оценка выставляется с учетом набранной суммы баллов.

Собеседование (устный ответ) на зачете

Для оценки сформированности компетенции посредством собеседования (устного ответа) студенту предварительно предлагается перечень вопросов или комплексных заданий, предполагающих умение ориентироваться в проблеме, знание теоретического материала, умения применять его в практической профессиональной деятельности, владение навыками и приемами выполнения практических заданий.

При оценке достижений студентов необходимо обращать особое внимание на:

- усвоение программного материала;
- умение излагать программный материал научным языком;
- умение связывать теорию с практикой;
- умение отвечать на видоизмененное задание;
- владение навыками поиска, систематизации необходимых источников литературы по изучаемой проблеме;
- умение обосновывать принятые решения;
- владение навыками и приемами выполнения практических заданий;
- умение подкреплять ответ иллюстративным материалом.

Тесты

При определении уровня достижений студентов с помощью тестового контроля необходимо обращать особое внимание на следующее:

- оценивается полностью правильный ответ;
- преподавателем должна быть определена максимальная оценка за тест, включающий определенное количество вопросов;
- преподавателем может быть определена максимальная оценка за один вопрос теста;
- по вопросам, предусматривающим множественный выбор правильных ответов, оценка

определяется исходя из максимальной оценки за один вопрос теста.

Контекстная учебная задача, проблемная ситуация, ситуационная задача, кейсовое задание
При определении уровня достижений студентов при решении учебных практических задач необходимо обращать особое внимание на следующее:

- способность определять и принимать цели учебной задачи, самостоятельно и творчески планировать ее решение как в типичной, так и в нестандартной ситуации;
- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- точное использование научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы и задания;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении учебных задач;
- грамотное использование основной и дополнительной литературы;
- умение использовать современные информационные технологии для решения учебных задач, использовать научные достижения других дисциплин;
- творческая самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, активное участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Гриценко, Ю.Б. Вычислительные системы, сети и телекоммуникации : учебное пособие / Ю.Б. Гриценко ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. - Томск : ТУСУР, 2015. - 134 с. : схем., табл., ил. - Библиогр.: с. 123-124. ; То же [Электронный ресурс]. - URL <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480639>

2. Кобелев, О.А. Электронная коммерция : учебное пособие / О.А. Кобелев ; под ред. С.В. Пирогова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 684 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01738-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496127>

Дополнительная литература

1. Информационная экономика / Л.Г. Матвеева, А.Ю. Никитаева, О.А. Чернова, Е.В. Маслюкова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет». – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. – 357 с. : ил. – Режим доступа: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561037>

2. Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе / С.М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства РФ, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. – 101 с. : ил. – Режим доступа: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717>

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <http://www.ecsocman.edu.ru/db/sectx/486.html> – Федеральный образовательный портал Экономика, Социология, Менеджмент
2. <http://www.ekportal.ru/page-id-2233.html> - Информационный сайт по экономике

11. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля)

При освоении материала дисциплины необходимо:

- спланировать и распределить время, необходимое для изучения дисциплины;
- конкретизировать для себя план изучения материала;
- ознакомиться с объемом и характером внеаудиторной самостоятельной работы для полноценного освоения каждой из тем дисциплины.

Сценарий изучения курса:

- проработайте каждую тему по предлагаемому ниже алгоритму действий;
- регулярно выполняйте задания для самостоятельной работы, своевременно отчитывайтесь преподавателю об их выполнении;
- изучив весь материал, проверьте свой уровень усвоения содержания дисциплины и готовность к сдаче зачета/экзамена, выполнив задания и ответив самостоятельно на примерные вопросы для промежуточной аттестации.

Алгоритм работы над каждой темой:

- изучите содержание темы вначале по лекционному материалу, а затем по другим источникам;
- прочитайте дополнительную литературу из списка, предложенного преподавателем;
- выпишите в тетрадь основные понятия и категории по теме, используя лекционный материал или словари, что поможет быстро повторить материал при подготовке к промежуточной аттестации;
- составьте краткий план ответа по каждому вопросу, выносимому на обсуждение на аудиторном занятии;
- повторите определения терминов, относящихся к теме;
- продумайте примеры и иллюстрации к обсуждению вопросов по изучаемой теме;
- подберите цитаты ученых, общественных деятелей, публицистов, уместные с точки зрения обсуждаемой проблемы;
- продумывайте высказывания по темам, предложенным к аудиторным занятиям.

Рекомендации по работе с литературой:

- ознакомьтесь с аннотациями к рекомендованной литературе и определите основной метод изложения материала того или иного источника;
- составьте собственные аннотации к другим источникам, что поможет при подготовке рефератов, текстов речей, при подготовке к промежуточной аттестации;
- выберите те источники, которые наиболее подходят для изучения конкретной темы;
- проработайте содержание источника, сформулируйте собственную точку зрения на проблему с опорой на полученную информацию.

12. Перечень информационных технологий

Реализация учебной программы обеспечивается доступом каждого студента к информационным ресурсам – электронной библиотеке и сетевым ресурсам Интернет. Для использования ИКТ в учебном процессе используется программное обеспечение, позволяющее осуществлять поиск, хранение, систематизацию, анализ и презентацию информации, экспорт информации на цифровые носители, организацию взаимодействия в реальной и виртуальной образовательной среде.

Индивидуальные результаты освоения дисциплины студентами фиксируются в электронной информационно-образовательной среде университета

12.1 Перечень программного обеспечения

1. Microsoft Windows 7 Pro
2. Microsoft Office Professional Plus 2010
3. 1С: Университет ПРОФ

12.2 Перечень информационно-справочных систем

1. Информационно-правовая система «ГАРАНТ» (<http://www.garant.ru>)
2. Справочная правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)

12.3 Перечень современных профессиональных баз данных

1. Профессиональная база данных «Открытые данные Министерства образования и науки РФ» (<http://xn----8sblcdzzacvuc0jbg.xn--80abucjiibhv9a.xn--p1ai/opendata/>)
2. Электронная библиотечная система Znanium.com (<http://znanium.com/>)
3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru>)

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Для проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования, а также мультимедийное оборудование для

демонстрации презентаций на лекциях. Для проведения практических занятий, а также организации самостоятельной работы студентов необходим компьютерный класс с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет.

Индивидуальные результаты освоения дисциплины фиксируются в электронной информационно-образовательной среде университета.

Реализация учебной программы обеспечивается доступом каждого студента к информационным ресурсам – электронной библиотеке и сетевым ресурсам Интернет. Для использования ИКТ в учебном процессе необходимо наличие программного обеспечения, позволяющего осуществлять поиск информации в сети Интернет, систематизацию, анализ и презентацию информации, экспорт информации на цифровые носители.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (№ 211)

Лаборатория вычислительной техники.

Помещение укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Основное оборудование:

Наборы демонстрационного оборудования: автоматизированное рабочее место в составе (системный блок, монитор, клавиатура, мышь, гарнитура, проектор, интерактивная доска), магнитно-маркерная доска.

Лабораторное оборудование: автоматизированное рабочее место (компьютеры – 14 шт.).

Учебно-наглядные пособия:

Презентации.

Помещение для самостоятельной работы (№ 226).

Помещение укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (компьютер 10 шт., принтер - 1 шт., МФУ – 1 шт.).

Учебно-наглядные пособия:

Презентации.

Читальный зал электронных ресурсов (№ 1016).

Помещение укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (компьютер 12 шт. мультимедийный проектор 1 шт., многофункциональное устройство 1 шт., принтер 1 шт.)

Учебно-наглядные пособия:

Презентации.

Электронные диски с учебными и учебно-методическими пособиями