Приложение 5

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Кафедра экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Т. М. Кожевникова
«17» июня 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.01.25 Электронный бизнес. Электронная коммерция

Направление подготовки/специальность: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль/направленность/специализация: Менеджмент организации

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2023

Тамбов, 2026

Автор программы:
Кандидат экономических наук, доцент Горбунова Ольга Николаевна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент (уровень бакалавриата) (приказ Министерства науки и высшего образования РФ от «12» августа 2020 г. № 970).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры экономики и управления «16» июня 2026 г. Протокол № 11

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий, Протокол от «17» июня 2026 г. № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины…… 4

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата……. 14

3. Объем и содержание дисциплины…… 14

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства…… 21

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)…….. 29

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины…… 31

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы……. 32

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- информационно-аналитический
- организационно-управленческий

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сферах: 07 Административно-управленческая и офисная деятельность, 08 Финансы и экономика

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Проектирует траекторию своего профессионального роста и личностного развития, расширяет свой профессиональный кругозор: приобретает и использует на практике базовые знания, умения и навыки из различных сфер профессиональной деятельности, в том числе в сфере интернет-бизнеса

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения													
		Очная (семестр)							Очно-заочная (семестр)						
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
1	Адаптивная физическая культура в санаторно-курортной системе		+							+					
2	Адаптивная физическая культура в системе здравоохранения			+							+				
3	Адаптивная физическая культура в системе образования				+							+			
4	Аналитическое чтение			+							+				

5	Бизнес-планирование в АльтИнвест				+							+			
6	Биология развития человека в норме и патологии				+							+			
7	Брендинг				+							+			
8	Бухгалтерский учет в кредитных организациях					+							+		
9	B2B-маркетинг: аналитика и результативное управление						+							+	
10	Введение в звукорежиссуру		+							+					
11	Введение в проектную деятельность		+							+					
12	Введение в психологию кризисных состояний и отклоняющегося поведения		+							+					
13	Виды, методы и технологии в профайлинге			+							+				
14	Вожатский практикум				+							+			
15	Восстановление истории семьи по открытым информационным базам данных				+							+			
16	Генетика человека		+							+					
17	Геополитика и политическая география		+							+					
18	Двигательный режим (инструктор по физической культуре)				+							+			
19	Девальвация нормы психического и личностного развития: причины и последствия				+							+			
20	Демографические и миграционные процессы			+							+				
21	Диагностика и психологические технологии профилактики отклоняющегося поведения				+							+			

22	Документирование деятельности кадровой службы			+							+				
23	Документирование трудовых отношений				+							+			
24	Запись голоса и инструментов в студии звукозаписи			+							+				
25	Зарубежная литература и вызовы современности				+							+			
26	Здоровье-формирующие технологии в образовательной среде		+							+					
27	Игровые технологии			+							+				
28	Институт семьи в современном обществе		+							+					
29	Интернет-аналитика – основа продвижения современного предприятия			+							+				
30	Как любить ребенка: эмоциональный компонент родительского отношения			+							+				
31	Коммуникация и коммуникативная компетентность		+							+					
32	Комплаенс в системе обеспечения безопасности бизнеса				+							+			
33	Комплексная экономическая безопасность бизнеса			+							+				
34	Контроль за исполнением ремонтов в многоквартирных домах			+							+				
35	Коучинг эффективного общения. Техники развития эмоционального интеллекта			+							+				
36	Кредитование физических лиц		+							+					
37	Критический инструментарий для принятия решений и аргументация				+							+			

38	Культивирование микроорганизмов				+							+			
39	Лингвистическая экспертиза спорных текстов				+							+			
40	Литература русского зарубежья			+							+				
41	Личное планирование и управление рабочим временем			+							+				
42	Менеджмент карьеры: как стать успешным руководителем			+							+				
43	Методика организаций массовых туристских мероприятий: соревнования, слеты, походы				+							+			
44	Методика организаций экскурсий и экскурсионных туров			+							+				
45	Методика составления родословной			+							+				
46	Методы анализа информационных потребностей посетителей сайта							+							+
47	Методы изучения повседневности		+							+					
48	Методы изучения семьи				+							+			
49	Механизмы протекания органических реакций			+							+				
50	Мир современного искусства: постмодернистский проект		+							+					
51	Модели электронной коммерции				+							+			
52	Моделирование инвестиционного портфеля клиента							+							+
53	Молекулярная микробиология и вирусология		+							+					
54	Молекулярно-биологические основы поведения и зависимостей		+							+					

55	Мотивация в коучинге				+							+			
56	Налогообложение бизнеса			+							+				
57	Нормы и правила современного этикета				+							+			
58	Нормы языкового общения в условиях виртуальной среды			+							+				
59	Общая физиология микроорганизмов			+							+				
60	Оперативная психодиагностика личности				+							+			
61	Организационно-правовые основы деятельности некоммерческих организаций		+							+					
62	Организация работы с детьми				+							+			
63	Организация работы с семьей			+							+				
64	Организация работы спортивного судьи по избранному виду спорта			+							+				
65	Организация развивающей предметно-пространственной среды				+							+			
66	Основные приемы эффективной работы с информацией			+							+				
67	Основы аргументации				+							+			
68	Основы биржевого дела				+							+			
69	Основы видеоблогинга				+							+			
70	Основы визуальной психодиагностики и профайлинга		+							+					
71	Основы деловой коммуникации на иностранном языке		+							+					
72	Основы конфликтологии			+							+				
73	Основы копирайтинга			+							+				
74	Основы коучинга		+							+					
75	Основы логики		+							+					
76	Основы логопедии		+							+					
77	Основы организации работы с молодежью		+							+					

78	Основы правильного питания			+							+				
79	Основы предоставления жилищно-коммунальных услуг населению		+							+					
80	Основы рекламы		+							+					
81	Основы рекреалогии		+							+					
82	Основы современных методов физического анализа вещества				+							+			
83	Основы судебной лингвистической экспертизы			+							+				
84	Основы управления документацией		+							+					
85	Основы управления персоналом		+							+					
86	Основы физиологии и гигиены детей		+							+					
87	Основы эффективного менеджмента			+							+				
88	Оценка VBM-менеджмента						+							+	
89	Оценка бренда компании							+							+
90	Оценка кредитоспособности заемщика						+							+	
91	Оценка стоимости и управление портфелем бизнеса					+							+		
92	Педагогический артистизм		+							+					
93	Педагогический дизайн технологий обучения				+							+			
94	Письменный перевод документов физических лиц			+							+				
95	Письменный перевод документов юридических лиц				+							+			
96	Поведение в публичных местах			+							+				
97	Поведение потребителей и коммуникативная политика			+							+				
98	Повседневные разговоры				+							+			
99	Познание себя через практическую психологию			+							+				

100	Познание себя через психодиагностику		+							+					
101	Понятие психологической травмы в современной психологии		+							+					
102	Посттравматическое личностное развитие: приговор или точка личностного роста			+							+				
103	Практикум по игровым технологиям				+							+			
104	Практикум по организации логопедической работы в дошкольном образовательном учреждении				+							+			
105	Проблема смысла жизни и ценности в философии			+							+				
106	Программирование на языке Python. Базовый курс		+							+					
107	Программирование на языке Python. Продвинутый курс			+							+				
108	Программирование на языке Python. Разработка веб-приложений с использованием Flask				+							+			
109	Проектный семинар			+	+	+	+				+	+	+	+	
110	Психика и мозг		+							+					
111	Психология благополучия, или психология счастливого человека				+							+			
112	Психология девиантной личности			+							+				
113	Психология детства		+							+					
114	Психология игры		+							+					
115	Психология креативности			+							+				
116	Психология критического мышления		+							+					
117	Психология молодости и зрелости				+							+			

118	Психология подросткового и юношеского возраста			+							+				
119	Психология раннего возраста			+							+				
120	Психология творческого саморазвития		+							+					
121	Психология управления персоналом			+							+				
122	Психофизиологические основы поведения и когнитивных функций			+							+				
123	Публичная служба в системе государственного и муниципального управления				+							+			
124	Развитие лидерского потенциала руководителя				+							+			
125	Родословно-биографическое краеведение		+							+					
126	Русская писательская критика XIX-XXI веков		+							+					
127	Самоменеджмент: методики и технологии				+							+			
128	Саморазвитие и актерское мастерство				+							+			
129	Сведение и мастеринг в студии звукозаписи				+							+			
130	Сегментирование рынка и изучение потребительских предпочтений					+							+		
131	Современная химия и окружающая среда		+							+					
132	Современные инструменты личной эффективности		+							+					
133	Современные информационные технологии в бизнесе					+							+		
134	Современные маркетинговые технологии		+							+					

135	Современные методы химического анализа в криминалистике				+							+			
136	Современные молекулярно-биологические и микробиологические методы в криминалистике			+							+				
137	Современные подходы к персональному менеджменту		+							+					
138	Современные экологические проблемы		+							+					
139	Создание интернет-ресурсов для бизнеса						+							+	
140	Социальные сети как коммуникационные каналы		+							+					
141	Стандартизация и управление качеством в ресторанном и гостиничном бизнесе				+							+			
142	Стартап «Art-развитие», применение методов арт-терапевтической работы в социальном проекте				+							+			
143	Стартап через социальные проекты в некоммерческой организации			+							+				
144	Стартап: идея с нуля		+							+					
145	Стартап: от идеи к MVP			+							+				
146	Стартап: практика создания собственного бизнеса				+							+			
147	Стратегии и правила безопасного инвестирования на финансовых рынках		+							+					
148	Стратегический маркетинг				+							+			
149	Страхование личности			+							+				
150	Стресс-менеджмент и эффективное взаимодействие				+							+			

151	Текст и дискурс в Интернете				+							+			
152	Теоретико-методические основы вожатской деятельности		+							+					
153	Теория и практика судейства по видам Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «ГТО»				+							+			
154	Теория и практика судейства по избранному виду спорта		+							+					
155	Технологии вожатской деятельности			+							+				
156	Технологии делового общения		+							+					
157	Технологии коррекции речевых нарушений у детей дошкольного возраста			+							+				
158	Технологии медиации в разрешении конфликтных ситуаций				+							+			
159	Технологии развития высших психических функций			+							+				
160	Технологии рефлексивно-творческого саморазвития			+							+				
161	Технология и организация гостинично-ресторанного комплекса			+							+				
162	Технология и организация коммерческой деятельности торгового предприятия		+							+					
163	Тренинг «Майнд-фитнес»				+							+			
164	Управление в социальной сфере			+							+				
165	Управление общественными отношениями		+							+					
166	Управление продажами							+							+

167	Управляющий рестораном: карьера, развитие и компетенции		+							+					
168	Формирование ассортимента и управление товарными запасами			+							+				
169	Функциональная составляющая эффективного менеджмента				+							+			
170	Цифровая культура	+	+						+	+					
171	Цифровой маркетинг и SEO			+							+				
172	Экология атмосферы			+							+				
173	Экология гидросферы				+							+			
174	Экономико-правовые аспекты создания и развития собственного бизнеса		+							+					
175	Экспертиза и оценка качества товаров				+							+			
176	Энергоэффективность и энергосбережение в жилищной сфере				+							+			
177	Этнокультурные регионы мира				+							+			
178	Язык как объект судебной экспертизы		+							+					
179	Языковая личность в виртуальном пространстве		+							+					

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Электронный бизнес. Электронная коммерция» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент.

Дисциплина «Электронный бизнес. Электронная коммерция» изучается в 2 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 2 з.е.

Очная: 2 з.е.

Очно-заочная: 2 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Очно-заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	**72**	**72**
Контактная работа	32	24
Лекции (Лекции)	16	12
Практические (Практ. раб.)	16	12

Самостоятельная работа (СР)	40	48
Зачет	-	-

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	О-З	О	О-З	О	О-З	
2 семестр								
1	Модели электронного бизнеса. Отличие коммерции в традиционном виде и электронной коммерции. Виды электронной коммерции: B2B, B2C, C2C. Модели реализации	2	2	2	2	10	8	Опрос; Тестирование
2	Основные модели электронной коммерции: модели электронного бизнеса, ориен-тированные на бизнес-партнера, модели электронного бизнеса, ориенти-рованные на конечного пользователя. Модели получения доходов в элек-тронной коммерции	4	2	2	2	8	8	Решение задач
3	Платежные системы электронного бизнеса.	2	2	4	2	4	8	Решение задач

4	Информационная безопасность. Системы защиты информации в Интернете. Стандарты защиты данных. Основы безопасности электронной коммерции	4	2	4	2	4	8	Опрос
5	Модели маркетинга в сети Интернет и их место в общем маркетинге компании. Модель реклама в сети Интернет	2	2	2	2	4	8	Решение задач
6	Анализ эффективности маркетинга и рекламы в Интернет	2	2	2	2	10	8	Тестирование

Тема 1. Модели электронного бизнеса. Отличие коммерции в традиционном виде и электронной коммерции. Виды электронной коммерции: B2B, B2C, C2C. Модели реализации (УК-6)

Лекция.

Модели электронного бизнеса, отличие от традиционных моделей коммерции. Структура интернет-рынка: состояние и прогноз. Интернет как среда ведения предпринимательской деятельности. Основные понятия и модели электронного бизнеса. Основные характеристики и структура электронного рын-ка, модели интернет взаимодействия участников. Концепция и модели предпринимательской деятельности в Интернет. Классификация бизнес-моделей. Бизнес-модель как логическое описание каким образом организация создает, поставляет клиентам и приобретает стоимость — экономическую, социальную и другие формы стоимости. Процесс разработки бизнес-модели как часть стратегии бизнеса. Взаимодействующие субъекты в коммерции. Классификация электронных предприятий по субъектам взаимодействия (матрица B2C2G). Модели электронного бизнеса. Брокерская модель. Рекламная модель. Модель информационного посредничества. Торговая модель. Модель производителя. Модели франчайзинг, модель прямые продажи. Типовая схема систем Business-to-Consumer. Типовой вариант сайта Интернет-магазина. Комплексы программных средств для реализации Интернет-проекта. Функции управления фронт-офисом интернет-магазина. Модели бизнеса B2B. Функциональная схема B2B. Виды систем B2B. Системы управления закупками (e-procurement). Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM – системы). Системы управления продажами (e-distribution). Системы полного цикла сопровождения потребителей (CRM-системы) . Модели электронной коммерции. Электронное управление закупками. Электронные аукционы. Электронные биржи. Порталы. Методы повышения конкурентоспособности в электронном бизнесе. Динамика экономических показателей в сфере электронного бизнеса, ориентированного на бизнес-партнера.

Практическое занятие.

1 Классификация моделей предпринимательской деятельности в сети Интернет. Факторы, влияющие на развитие предпринимательской деятельность в сфере электронной коммерции.

2 Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам (матрица B2C2G).

3 Модели электронного бизнеса. Брокерская модель.

4 Модели электронного бизнеса. Рекламная модель.
5 Модели электронного бизнеса. Модель информационного посредничества.
6 Модели электронного бизнеса. Торговая модель.
7 Модели электронного бизнеса. Модель производителя.
8 Типовая схема систем Business-to-Consumer.
9 Модели франчайзинг, модель -прямые продажи.

Задания для самостоятельной работы.

1. Корпоративные сайты как отражение офлайн бизнеса в интернет среде.
2. Модели и методы повышения конкурентоспособности в электронном бизнесе.
2. Модели бизнеса B2B. Функциональная схема B2B. Виды систем B2B.
3. Модель электронное управление закупками.
4. Модель электронный аукцион.
5. Электронные биржи.

Тема 2. Основные модели электронной коммерции: модели электронного бизнеса, ориен-тированные на бизнес-партнера, модели электронного бизнеса, ориенти-рованные на конечного пользователя. Модели получения доходов в элек-тронной коммерции (УК-6)

Лекция.

Основные модели электронного бизнеса, ориентированные на бизнес-партнера. Основные модели электронного бизнеса, ориентированные на конечного пользователя. Методы повышения потребительской ценности товаров и услуг в электронном бизнесе. Электронная реклама. Электронная торговля. Информационные услуги. Электронное здравоохранение. Управление взаимоотношениями с клиентами. Модели электронных предприятий, предоставляющие информационные товары и услуги Электронные предприятия, специализирующиеся на оказании финансовых услуг. Формы осуществления деятельности в финансовой сфере: Интернет-трейдинг, . Интернет-банкинг, платежные системы. Виды и модели предприятий рекламного бизнеса в Интернет: рекламные агентства: баннерные сети; компании, предоставляющие сервисы управления рекламой Предприятие как участник электронного рынка, формы присутствия в сети Интер-нет. Подходы к сегментации электронного рынка. Модели получения доходов в электронной коммерции B2B. Технологии хранения и обработки данных.Электронные предприятия, специализирующиеся на продуктах и услугах для организации электронного бизнеса. Разработка веб-сайтов для Интернет-бизнеса. Компании-разработчики автоматизированных систем для разработки и сопровождения Интернет-проектов. Студии веб-дизайна Услуги хостинга. Туристический бизнес в Интернет Преимущества использования моделей в сети Интернет и интернет-технологий Схема взаимодействия участников туристического рынка. Доходы от туристического сайта. Виды туристических сайтов: сайты туроператора или турагентства Туристические порталы Туристические баннерные сети Виртуальные туристические агенты Виртуальные путешествия Интернет-страхование Обзор рынка страховых услуг, предоставляемых через Интернет в России и за рубежом. Виды страхования через Интернет Функции виртуального офиса страховой компании: Аукционы и конкурсы в Интернет. Интернет-рекрутинг как модель электронного рынка. Преимущества и недостатки интернет-рекрутинга. Основные виды е-рекрутинга. Инструменты рекрутинга. Сервисы связи и организации общения. Формы организации сервисов. Интернет-инкубаторы. Венчурные инкубаторы.

Практическое занятие.

1. Электронные предприятия, специализирующиеся на взаимоотношения с клиентами.
2. Виды и модели предприятий рекламного бизнеса в Интернет: рекламные агентства: баннерные сети; компании, предоставляющие сервисы управления рекламой.
3. Предприятие как участник электронного рынка, формы присутствия в сети Интер-нет
4. Модели получения доходов в электронной коммерции B2B.
5. Туристический бизнес в Интернет. Схема взаимодействия участников туристического рынка)
6. Платежные системы электронного бизнеса.
7. Электронные платежные системы.

Задания для самостоятельной работы.

1. Интернет-страхование. Виды страхования через Интернет
2. Функции виртуального офиса различных компании.
3. Сервисы связи и организации общения. Формы организации сервисов.

Тема 3. Платежные системы электронного бизнеса. (УК-6)

Лекция.

Платежные системы электронного бизнеса. Электронные платежные системы. Эми-тенты и эквайреры. Кредитные и дебетовые платежные системы. Виды пластиковых карт. Микропроцессорные и пластиковые карты.. Смарт-карты. Соот-ношение «стоимость/эффективность». POS-терминалы. Принципы создания платежных систем на микропроцессорных картах. Эволюция платежных систем. Электронные наличные. Принципы построения платежных систем на микропроцессорных картах. Технологические основы и технические средства создания платежных систем. Организация оплаты с использованием кредитной карты. Эффектив-ность организации платежных систем на базе пластиковых карт. Платежные системы с предварительной авторизацией. Платежные системы для микроплатежей. Перспективы электронных платежных систем. 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)

Практическое занятие.

1. Электронные предприятия, специализирующиеся на оказании финансовых услуг.
2. Платежные системы и их основные функции .
3. Классификация платежей и платежных систем.
4. Системы расчетов, работающие с реальными деньгами.
5. Системы расчетов, использующие электронную валюту (цифровые деньги)
6. Платежные системы электронного бизнеса.
7. Электронные платежные системы.
8. Эмитенты и эквайреры.
9. Платежная система.
10. Кредитные и дебетовые платежные системы.
11. Денежные расчеты в сети.

Задания для самостоятельной работы.

1. Микропроцессорные и пластиковые карты.
2. Виды пластиковых карт.
3. Смарт-карты.
4. Соотношение «стоимость/эффективность».
5. POS-терминалы.
6. Принципы создания платежных систем на микропроцессорных картах.
7. Эволюция платежных систем.
8. Электронные наличные.

Тема 4. Информационная безопасность. Системы защиты информации в Интернете. Стандарты защиты данных. Основы безопасности электронной коммерции (УК-6)

Лекция.

Основы безопасности в моделях электронной коммерции. Термины и определения. Виды и источники угроз. Способы оценки эффективности системы безопасности в электронной коммерции. Вопросы правового регулирования безопасности электронной коммерции. Международные организации, регламентирующие электронный бизнес в мире. Проблемы электронной коммерции при вступлении России в ВТО. Проблемные вопросы электрон-ной коммерции в мировом законодательстве. Авторское право в электронной коммерции. Особенности законодательства в различных зарубежных странах. Стандарты электронного бизнеса. Системы классификации товаров и услуг. Стандарты UN/EDIFACT и технология XML. Стандарты обеспечения безопасности электронных расчетов. Протокол SSL. Протокол SET. Расширения протокола SET. Универсальный формат электронного кошелька. Новые стандарты электронных расчетов. Стандарты взаимодействия с пользователем мобильных средств связи. WAP-спецификация.

Практическое занятие.

1. Стандарты безопасности электронного бизнеса.
2. Системы классификации товаров и услуг.
3. Стандарты UN/EDIFACT и технология XML.
4. Стандарты обеспечения безопасности электронных расчетов.
5. Протокол SSL.
6. Протокол SET.
7. Расширения протокола SET.
8. Авторское право в электронной коммерции.
9. Безопасность электронной коммерции. Виды и источники угроз

Задания для самостоятельной работы.

1. Способы оценки эффективности системы безопасности в электронной коммерции.
2. Вопросы правового регулирования безопасности электронной коммерции.
3. Анализ различных групп пользователей в России.
4. Ведущие провайдеры в России: функции и отличия.
5. Этапы развития электронного бизнеса в России.
6. Перспективы развития электронного бизнеса в России.
7. Правовые аспекты автоматизации государственных служб в России.

Тема 5. Модели маркетинга в сети Интернет и их место в общем маркетинге компании. Модель реклама в сети Интернет (УК-6)

Лекция.

Особенности моделей коммуникации с потребителями и поставщиками с использованием Интернет, ограничения, которые они накладывают на работу с этим инструментов в маркетинге. Место Интернет-маркетинга в маркетинговом плане компании. Объем и основные характеристики аудитории Интернет в России. Особенности Интернет-рекламы. Рекламные носители в Интернете. Выбор рекламных носителей . Ценовые модели размещения рекламы. Сервисы управления рекламой Особенности продажи товаров и предоставления услуг по категориям товаров и услуг Место Интернет-маркетинга в общем маркетинге компании. Медийная реклама, виды, особенности, возможности использования. Контекстная реклама, виды, особенности, возможности использования. Методика составления семантического ядра. Реклама в рассылках, виды, особенности, возможности использования. Оптимизация сайта для поисковых систем. Связи с общественностью. Вирусный маркетинг. Адвергейминг. Другие рекламные инструменты. Модели и методы медиапланирования в Интернет. Таргетинг. Прецендентное медиапланирование (по известным результатам размещения рекламы на площадках), аудиторное медиапланирование (по известным характеристикам аудитории площадок). Инструменты для медиапланирования, сводные таблицы, данные исследований Таргетинг рекламы, виды таргетинга. Системы управления рекламой Эксперименты в медапланировании Модели и инструментарий интернет-маркетинга. Технологии создания Web-сайтов. Классификация и принципы использования Web-сайтов. Принципы построения Web-сайтов для решения задач электронного бизнеса. Способы продвижение Web-сайтов в сети Интернет. Схемы коммуникаций в интернет-маркетинге. Типы целей компании в Интернет. Определение типов целей, соответствующих стратегии компании. Достижимость целевой группы и достижимость коммуникации. Виды коммуникаций, которые невозможно перенести в Интернет. Инструменты сайта в зависимости от выбранного типа модели бизнеса и цели. Съема построения сайта заданного типа цели. Конструкция сайта. Система управления контентом сайта Определение целевой аудитории, особенности определения целевой аудитории в Интернет. Методика определения целевой аудитории и поиска ее в Интернет. Виды целевой аудитории в Интернет. Взаимосвязь целевой аудитории и типа рекламной кампании, используемых рекламных инструментов.

Практическое занятие.

1. Методы привлечения посетителей на сайт предприятия.
2. Методы формирования и анализа целевой аудитории предприятия.
3.Методы позиционирования предприятия на глобальном рынке.
4. Основные термины и определения интернет-маркетинга.
5. Модель медийная реклама
6. Модель вирусный маркетинг

Задания для самостоятельной работы.

1. Роль "малых" видов рекламы
2. Оптимизация сайта для поисковых систем
3. Электронная реклама
4. Электронная торговля

Тема 6. Анализ эффективности маркетинга и рекламы в Интернет (УК-6)

Лекция.

Термины и определения. Методики и инструменты измерения в Интернет. Инструменты исследования целевой аудитории в Интернет. Схема анализа эффективности рекламы в Интернет. Анализ эффективности других маркетинговых действий в Интернет. Исследование эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Практическое занятие.

1. Системы управления рекламой
2. Анализ эффективности маркетинга в интернет

Задания для самостоятельной работы.

1. Структура электронного рынка
2. Модели взаимодействия участников
3. Перспективы развития электронного бизнеса

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

2 семестр

- текущий контроль – 80 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Max. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Модели электронного бизнеса. Отличие коммерции в традиционном виде и электронной коммерции. Виды электронной коммерции: B2B, B2C, C2C. Модели реализации	Опрос	15	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. 15 баллов - полно излагает изученный материал, даёт правильное определенное понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка 10 баллов - студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки "отлично", но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого 3 балла - излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке теорий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого 1 балл - студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений и теорий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал
		Тестирование	10	10 баллов – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 8-7 баллов – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 6-5 баллов – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте Менее 25 % правильных ответов баллов не дает

2.	Основные модели электронной коммерции: модели электронного бизнеса, ориен-тированные на бизнес-партнера, модели электронного бизнеса, ориенти-рованные на конечного пользователя. Модели получения доходов в элек-тронной коммерции	**Решение задач(контрольный срез)**	10	10 баллов - Ход и логика решения верны и соответствуют требованиям налогового законодательства в части порядка исчисления налогов, арифметических ошибок нет, ответ задачи верен, претензий к оформлению нет 7 балла - Ход и логика решения верны и соответствуют требованиям налогового законодательства в части порядка исчисления налогов, есть арифметические ошибки и претензии к оформлению 3 балла - В логике решения присутствуют ошибки, ход решения не полностью соответствует требованиям налогового законодательства в части порядка исчисления налогов, задача решена не полностью, имеются арифметические ошибки и претензии к оформлению 0 баллов - Задача не решена или решена с грубыми ошибками, не позволяющими предположить знание студентом теоретического материала.
3.	Платежные системы электронного бизнеса.	Решение задач	20	20-15 баллов - Ход и логика решения верны и соответствуют требованиям налогового законодательства в части порядка исчисления налогов, арифметических ошибок нет, ответ задачи верен, претензий к оформлению нет 14-10 балла - Ход и логика решения верны и соответствуют требованиям налогового законодательства в части порядка исчисления налогов, есть арифметические ошибки и претензии к оформлению 9-1 балл - В логике решения присутствуют ошибки, ход решения не полностью соответствует требованиям налогового законодательства в части порядка исчисления налогов, задача решена не полностью, имеются арифметические ошибки и претензии к оформлению 0 баллов - Задача не решена или решена с грубыми ошибками, не позволяющими предположить знание студентом теоретического материала.

4.	Информационная безопасность. Системы защиты информации в Интернете. Стандарты защиты данных. Основы безопасности электронной коммерции	Опрос	15	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. 15 баллов - полно излагает изученный материал, даёт правильное определенное понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка 10 баллов - студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки "отлично", но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого 3 балла - излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке теорий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого 1 балл - студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений и теорий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал
5.	Модели маркетинга в сети Интернет и их место в общем маркетинге компании. Модель реклама в сети Интернет	Решение задач	20	20-15 баллов - Ход и логика решения верны и соответствуют требованиям налогового законодательства в части порядка исчисления налогов, арифметических ошибок нет, ответ задачи верен, претензий к оформлению нет 14-10 балла - Ход и логика решения верны и соответствуют требованиям налогового законодательства в части порядка исчисления налогов, есть арифметические ошибки и претензии к оформлению 9-1 балл - В логике решения присутствуют ошибки, ход решения не полностью соответствует требованиям налогового законодательства в части порядка исчисления налогов, задача решена не полностью, имеются арифметические ошибки и претензии к оформлению 0 баллов - Задача не решена или решена с грубыми ошибками, не позволяющими предположить знание студентом теоретического материала.
6.	Анализ эффективности маркетинга и рекламы в Интернет	**Тестирование(контрольный срез)**	10	10 баллов – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 8-7 баллов – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 6-5 баллов – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте Менее 25 % правильных ответов баллов не дает

7.	Премиальные баллы	20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 10 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплине – 20 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 10 / 15 / 20
8.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы	70	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
9.	Итого за семестр	100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 1. Модели электронного бизнеса. Отличие коммерции в традиционном виде и электронной коммерции. Виды электронной коммерции: B2B, B2C, C2C. Модели реализации

1. Что такое электронная коммерция?
2. Классификации электронной коммерции.
3. Преимущества и проблемы развития электронной коммерции.
4. Инфраструктура электронной коммерции.
5. Понятие электронной торговли.
6. Понятие продающего сайта.
7. Понятие продающей страницы.
8. Юзабилити сайта.
9. Что такое инфографика?
10. Способы оплаты.
11. Основные технологии создания электронных торговых площадок.
12. Веб-сервисы для создания интернет магазинов.

1. Этапы развития электронного бизнеса в России.
2. Перспективы развития электронного бизнеса в России.
3. Анализ различных групп пользователей в России.
4. Ведущие провайдеры в России: функции и отличия.
5. Использование информационных технологий в системе государственного управления.
6. История автоматизации государственных служб в мире.

7. Частота, место и цель использования Интернет различными целевыми группами пользователей в США. Частота, место и цель использования Интернет различными целевыми группами пользователей в Европе.

8. Особенности использования Интернета различными целевыми группами пользователей в Китае и Индии.

13. Инструменты для продвижение интернет-магазинов.

Тема 4. Информационная безопасность. Системы защиты информации в Интернете. Стандарты защиты данных. Основы безопасности электронной коммерции

1. Стандарты электронного бизнеса.
2. Системы классификации товаров и услуг.
3. Стандарты UN/EDIFACT и технология XML.
4. Стандарты обеспечения безопасности электронных расчетов.
5. Протокол SSL.
6. Протокол SET.
7. Расширения протокола SET.
8. Стандарты электронного бизнеса.
9. Системы классификации товаров и услуг.
10. Стандарты обеспечения безопасности электронных расчетов.

Решение задач

Тема 2. Основные модели электронной коммерции: модели электронного бизнеса, ориен-тированные на бизнес-партнера, модели электронного бизнеса, ориенти-рованные на конечного пользователя. Модели получения доходов в элек-тронной коммерции

1. Описать модель взаимодействия с потребителями.
2. Основные модели взаимодействия в сегменте B2B.
3. Способы создания бизнес моделей.
4. Опишите риски модели в сети Интернет.

Тема 3. Платежные системы электронного бизнеса.

Разработка концепции представленности предприятия определенной специализации в Интернет. Ситуационное задание предполагает разработку концепции сайта предприятия в Интернет творческим коллективом студентов (2-3 человека). Определяется специализация предприятия на рынках B2B (производитель промышленных товаров, провайдер промышленных услуг), конкретизация продукта (товара или услуг), предполагаемый регион охвата. В проекте должны найти отражение следующие вопросы: - основные цели и задачи, поставленные перед сайтом, его функции; - доменное имя; - портрет потребителей, прописанный в характеристиках (с разбивкой на сегменты) и предполагаемый размер (объем) сегментов - модель комплекса Интернет-маркетинга и реализация составляющих элементов ком-плекса. Например, если комплекс электронного маркетинга (The E-Marketing Mix) представлен моделью 4Ps+(2P+2C+2S), то реализация Product, Price, Place, Promotions, Per-sonalization, Privacy, Community, Customer Service, Site, Design Security; - формы оплаты и платежные шлюзы; - формы доставки; - экономическое обоснование: предполагаемый объем продаж, ориентировочная стои-мость запуска проекта (регистрация доменного имени, программное и аппаратное обеспе-чение, услуги интегратора, дизайн сайта, подключение платежных систем и т.д.)

Тема 5. Модели маркетинга в сети Интернет и их место в общем маркетинге компании. Модель реклама в сети Интернет

Заказчик — центр медицинского обучения «Образовательный стандарт», который специализируется на повышении квалификации медицинских работников и предоставлении программ корпоративного обучения для клиник. Средний чек на услуги — 15 000 рублей.

На этапе обращения заказчик привлекал клиентов только с помощью контекстной рекламы и не понимал, как масштабироваться и находить клиентов на других площадках. Как мы уже отметили выше, запуск таргетированной рекламы в данном случае наиболее подходящая стратегия развития бизнеса.

Клиент пришел с целью масштабировать продажи с помощью инструментов Instagram и Facebook

Но не так все просто, как может показаться на первый взгляд.

Сложность: клиент никогда не вел таргетированную рекламу

Учитывая то, что компания не работала с таргетированной рекламой, требовалось с нуля протестировать и оптимизировать рекламные кампании. Мы не могли воспользоваться опытом прошлых тестов, а должны были с нуля прописать все возможные гипотезы, а также подключить дополнительные сервисы (о них расскажем чуть позже).

План работы

Первое: совместно с клиентом разработать лендинг и настроить аналитику.

Второе: собрать базы существующих клиентов компании и сделать Look-a-Like аудитории.

Третье: разработать гипотезы и создать для них группы тизеров.

Четвертое: определить наиболее эффективные типы рекламных кампаний. Отталкиваясь от специфики услуг клиента, мы остановились на следующих:

- трафик на лендинг;
- трафик на бесплатный вебинар;
- трафик на WhatsApp-бот;
- лидогенерация.

Тестирование

Тема 1. Модели электронного бизнеса. Отличие коммерции в традиционном виде и электронной коммерции. Виды электронной коммерции: B2B, B2C, C2C. Модели реализации

1. Цифровой бизнес строится на основе:

а) бизнес-моделей, использующих возможности автоматизации бизнес- процессов и электронные коммуникации на базе интернета;

б) систем управления взаимоотношениями с клиентами, объединенных с системами управления цепочками поставок;

в) использования баз данных, веб-приложений и облачных сервисов;

г) интегрированных систем управления ресурсами предприятия.

2. Синонимом термина «цифровая экономика» не является:

а) цифровой капитализм;

б) интернет-экономика;

в) новая экономика;

г) сетевая экономика.

3.Интернет-магазин — это:

а) сайт в интернете, обеспечивающий оформление заказов и технологическую поддержку всех этапов выполнения заказов;

б) магазин, торгующий цифровыми товарами;

в) магазин, имеющий представительский сайт в интернете;

г) магазин, использующий для коммуникаций возможности интернета.

4. Для повышения конкурентоспособности бизнеса в интернете на глобальном уровне надо:

а) реализовать уникальную бизнес-модель на базе интернет-технологий;

б) использовать готовые решения по разработке сайта;

в) разработать корпоративный портал;

г) использовать только отечественные разработки.

5. OASIS в электронной коммерции — это:

а) глобальный консорциум, который управляет разработкой промышленных стандартов электронной коммерции;

б) стандарт для обмена деловой информацией; в) крупнейший поставщик интегрированных решений в области электронных платежей;

г) название американской фирмы — производителя коммуникационного оборудования для больших интернет-магазинов.

6. Электронная коммерция — это:

а) деятельность, направленная на реализацию товаров и услуг с использованием информационных технологий на основе сетевых взаимодействий между покупателем и продавцом;

б) система организации рыночной среды в интернете, предоставляющая участникам рыночных отношений готовые программные приложения в области электронной торговли;

в) любой вид экономической деятельности, который предприятия и организации осуществляют в интернете;

г) любая форма бизнес-процесса, при которой взаимодействие между субъектами рынка происходит электронным образом.

7. Модели доходности электронных торговых площадок не включают в себя:

а) доходы от организации взаимодействия продавцов и покупателей с посредниками;

б) доходы от осуществленных сделок;

в) доходы от организации аукционов;

г) доходы от подписки и рекламы.

8. К крупнейшим американским электронным торговым площадкам не относится:

а) Alibaba.com',

б) Amazon.com',

в) Walmart.com',

г) eBay.com.

9.Что такое информационный ресурс?

а) документированные знания для создания информационных продуктов и предоставления информационных услуг;

б) результат интеллектуальной деятельности человека;

в) сырье для деятельности информационной индустрии.

10.Что такое информационный продукт?

а) информационная услуга, предоставляемая пользователю;

б) результат интеллектуальной деятельности человека;

в) доведение сведений до пользователя.

11.Информационный рынок — это...

а) система экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуального труда на коммерческой основе;

б) производство, продажа и покупка ЭВМ и устройств ЭВМ при активном государственном регулировании;

в) предоставление платных сетевых услуг, прежде всего, через Интернет.

12.Составляющими информационного рынка являются.

а) технические, программные средства и информационные технологии;

б)справочные средства о поставщиках информационных продуктов и услуг, а также информационно-правовые документы по информации; в) все перечисленное.

Тема 6. Анализ эффективности маркетинга и рекламы в Интернет

1. Какая из категорий покупателей обычно посещают сайты известных и заслуживающих доверия продавцов. Они больше всего удовлетворены электронной коммерцией и проводят больше всех времени в сети?

a. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)

b. «Brand Loyalists» (любители известных марок)

c. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)

d. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)

e. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)

f. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)

Ответ: b

2. Какая из категорий покупателей покупают в сети из-за удобства и для экономии времени?

a. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)

b. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)

c. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)

d. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)

e. «Brand Loyalists» (любители известных марок)

f. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)

Ответ: b

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (УК-6)

1. Интернет-экономика: основные понятия Интернет-экономики; инфраструктура.
2. Сегменты сетевой экономики.
3. Операционная деятельность в экономической модели.
4. Инвестиционная деятельность в экономической модели.
5. Финансовая деятельность в экономической модели.
6. Опишите сегменты сетевой экономики.
7. Интернет-экономика: состояние, перспективы развития, основные модели.
8. Соотношение электронного бизнеса и электронной коммерции.
9. Интернет-экономика: основные понятия Интернет-экономики; инфраструктура.
10. Источники получения информации об аудитории Интернета.
11. Инструменты и сервисы получения информации об аудитории Интернета.
10. Какие средства использует интернет-маркетинг для решения задачи привлечения клиентов?
11. Какие средства использует интернет-маркетинг для решения задачи удержания клиентов?
12. Что влияет на эргономику сайта? Свойства, которыми должен обладать дизайн сайта
13. Какие задачи не может решать корпоративный сайт региональной компании? Какие свойства должно иметь содержание сайта?
14. Методы и инструменты мониторинга электронных предприятий.
15. Классификация электронных предприятий сегмента B2C. Основные бизнес-модели.
16. Использование экспертных систем для анализа коммерческой информации.
17. Управленческие меры обеспечения информационной безопасности
18. Политика безопасности сетевой организации.
19. Возможные технические каналы утечки информации.
20. Правовая защита разработчиков и пользователей программ для ЭВМ и баз данных.

Типовые задания для зачета (УК-6)

1. Модели бизнеса в интернет. Способы описания (на конкретном примере)
2. Типология моделей бизнеса в интернет-среде.

3. Модели электронного бизнеса. Брокерская модель.
4. Модели электронного бизнеса. Рекламная модель.
Модели электронного бизнеса. Модель информационного посредничества.
5. Модели электронного бизнеса. Торговая модель.
Модели электронного бизнеса. Модель производителя.
6. Типовая схема систем Business-to-Consumer.
7. Международные классификаторы, используемые в системах электронной коммерции.
8. Исследования рынков.
9. Исследования конкурентов.
10. Исследования потребителей.
11. Управленческие меры обеспечения информационной безопасности
12. Политика безопасности сетевой организации.
13. Возможные технические каналы утечки информации.
14. Правовая защита разработчиков и пользователей программ для ЭВМ и баз данных.
15. Какие средства использует интернет-маркетинг для решения задачи привлечения клиентов?
16. Какие средства использует интернет-маркетинг для решения задачи удержания клиентов?
17. Что влияет на эргономику сайта? Свойства, которыми должен обладать дизайн сайта

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	УК-6	Демонстрирует знания и умения в области создания новых бизнес-проектов, использовании инноваций в сфере информационных технологий при создании моделей в среде Интернет. Имеет представления о методах моделирования, построения новых проектов. Выявляет потребности предприятия в формировании новых бизнес-проектов на основе инноваций в сфере информационных технологий, формулирует требования к решению в сфере создания новых моделей и проектов, осуществляет оценку решений в области ИТ. Разрабатывает алгоритмы новых инновационных моделей бизнеса
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	УК-6	Неудовлетворительные знания в области создания новых бизнес-проектов, использовании инноваций в сфере информационных технологий. Имеет неудовлетворительные представления о методах совершенствования процессов предприятия с помощью разработки и реализация проектов в сфере электронного бизнеса

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;

- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.

- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентаци, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);

- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);

- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);

- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;

- полнота и глубина ответа;

- сознательность ответа;

- логика изложения материала;

- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;

- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;

- использование дополнительного материала;

- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели. ссылки на ресурсы. соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;

- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;

- личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы:

- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Нам С. Э. Основы электронного бизнеса : практикум. - Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2017. - 52 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483705

2. Старовойтова Т. Ф. Электронный бизнес и коммерция: ответы на экзаменационные вопросы : самоучитель. - Минск: ТетраСистемс, 2009. - 144 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572111

6.2 Дополнительная литература:

1. Гузуева Э. Р., Рахимов А. А. Электронный маркетинг: проблемы и возможности / Современные педагогические технологии профессионального образования : сборник статей : материалы конференций. - Москва: Директ-Медиа, 2019. - 4 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571644

2. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция : Учебник и практикум для вузов. - 4-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 521 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/485411

3. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция : Учебник и практикум для вузов. - 3-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 477 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/450865

4. Кобелев О. А. Электронная коммерция : учебное пособие. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 684 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496127

5. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебное пособие по выполнению практических работ. - 2021-05-25; Электронная коммерция. - Москва: СОЛОН-Пресс, 2017. - 112 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/90383.html

6. Кудряшов, А. А. Электронный бизнес : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Электронный бизнес. - Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2017. - 175 c. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/75426.html

7. Медведева, М. А., Медведев, М. А. Электронный бизнес. Часть 1 : учебное пособие. - 2022-08-31; Электронный бизнес. Часть 1. - Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. - 108 c. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/69764.html

6.3 Иные источники:

1. Бесплатные онлайн уроки 1С:Предприятие 8.3 и 1С:Предприятие 8.2 - http://1c-uroki.ru/
2. Деловая информация - http:// www.delinform.ru
3. Журнал «Компьютеры, Сети, Программирование» - https://books.google.ru/books/about/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB_%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D1%8C%D1%8E%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%8B_%D0%A1%D0%B5%D1%82.html?id=gsgnugBhj1cC&redir_esc=y
4. www.bookdk.com - www.bookdk.com
5. Журнал «Экономист» - http://www.economist.com.ru/
6. Интернет библиотека электронных книг Elibrus - http://elibrus.1gb.ru/psi.shtml

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1С:Предприятие 8.2 (8.2.18.61) учебная

7-Zip 9.20

Adobe Photoshop CS3

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

CorelDRAW Graphics Suite X3

IBM SPSS Statistics 20

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

LiteManager Pro - Server

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

Skype

Альт-Инвест сумм

Операционная система "Альт Образование"

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Электронный периодический справочник "Система ГАРАНТ"

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Юрайт: образовательная платформа, электронно-библиотечная система. – URL: https://urait.ru
2. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: https://www.tsutmb.ru/biblio/elektronnyij-katalog/
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» . – URL: http://www.biblioclub.ru
4. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: https://biblioclub.ru
5. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: https://www.prlib.ru
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: https://elibrary.ru
7. Консультант студента. Гуманитарные науки: электронно-библиотечная система. – URL: https://www.studentlibrary.ru

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.