Приложение 3
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль) программы
Менеджмент организации

Министерство образования и науки Российской Федерации
Пермский институт (филиал)
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Одобрено
на заседании Учебно-методического совета
Пермского института (филиала)
протокол № 9 от «20» июня 2018 г.

Председатель совета _____ В.Н. Яковлев

Факультет Менеджмента

Кафедра Торгового дела и информационных технологий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
для набора 2018 года

Б1.В.ДВ.02.01 Управление электронным бизнесом

Направление подготовки 38.03.02
«Менеджмент»

Направленность (профиль) программы
«Менеджмент организации»

Уровень высшего образования ***Бакалавриат***

Программа подготовки ***Прикладной бакалавриат***

Пермь – 2018 г.

Рецензенты:

1. Катанова Татьяна Николаевна, кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры информатики и вычислительной техники Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета
2. Фролова Наталья Владимировна, кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры Экономического анализа и статистики Пермского института (филиала) Российского экономического университета им. Г.В Плеханова

Аннотация рабочей программы дисциплины

Целью учебной дисциплины Б1.В.ДВ.02.01 «Управление электронным бизнесом» является формирование у обучающихся базовых знаний, умений, навыков правового регулирования электронного бизнеса и обеспечения информационной безопасности, использование программного инструментария для построения электронного бизнеса при работе на различных сегментах рынка.

Задачами дисциплины являются:

- знакомство с инструментарием сферы электронного бизнеса и особенностями работы на различных сегментах рынке;
- знакомство обучающихся с перспективами развития информационных и телекоммуникационных технологий и систем в сфере электронного бизнеса, их взаимосвязь со смежными областями;
- получение представлений о функционировании современных корпоративных web-приложений, используемых в сфере электронного бизнеса;
- изучение теоретических и практических основ обеспечения безопасного функционирования систем электронного бизнеса.

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта по направлению 38.03.02 – «Менеджмент».

Составитель: Галкина Л.С., ст. преподаватель кафедры Торгового дела и информационных технологий

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры Торгового дела и информационных технологий протокол № 10 от «31» мая 2018 г.

Зав. кафедрой /Писарева Е.В.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу, утверждены на заседании кафедры Товароведения и экспертизы товаров, протокол № 13 от «03» июня 2019 г.

Заведующий кафедрой Мазунина Т.А.

Одобрено УМС Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В.Плеханова, протокол № 9 от «26» июня 2019 г.

Председатель Яковлев В.Н.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу, утверждены на заседании кафедры экономического анализа и статистики
протокол № 8 от «28» мая 2020 г.

Заведующий кафедрой _____ О.И.Агеева
(подпись)

Одобрено УМС Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова
протокол № 9 от «21» мая 2020 г.

Председатель _____ В.Н. Яковлев
(подпись)

Содержание

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ 5

Цель дисциплины 5
Учебные задачи дисциплины 5
Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (основной профессиональной образовательной программы высшего образования) 5
Требования к результатам освоения содержания дисциплины 6
Формы контроля 6

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 8

III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 12

IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 12

Рекомендуемая литература 12
Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля) 12
Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине 13
Материально-техническое обеспечение дисциплины (разделов) ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 20

(Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий) 20

VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ 22

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. таблицу раздела II) 22
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. таблицу раздела II и раздел VIII) 22
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 22

VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 31

VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ 32

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель дисциплины

Целью учебной дисциплины «Управление электронным бизнесом» является формирование у обучающихся базовых знаний, умений, навыков правового регулирования электронного бизнеса и обеспечения информационной безопасности, использование программного инструментария для построения электронного бизнеса при работе на различных сегментах рынка.

Учебные задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- знакомство с инструментарием сферы электронного бизнеса и особенностями работы на различных сегментах рынке;
- знакомство обучающихся с перспективами развития информационных и телекоммуникационных технологий и систем в сфере электронного бизнеса, их взаимосвязь со смежными областями;
- получение представлений о функционировании современных корпоративных web-приложений, используемых в сфере электронного бизнеса;
- изучение теоретических и практических основ обеспечения безопасного функционирования систем электронного бизнеса.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (основной профессиональной образовательной программы высшего образования)

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Управление электронным бизнесом» относится к вариативной части учебного плана дисциплин по выбору.

Объем дисциплины и виды учебной работы

Показатели объема дисциплины	Всего часов по формам обучения		
	очная	*Заочная ф.о.*	*Ускоренная на базе СПО или ВО*
Объем дисциплины в зачетных единицах	**4 ЗЕТ**		
Объем дисциплины в часах	**144**		
Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего:	**42**	**14,25**	**10,25**
1. Аудиторная работа (Ауд.), всего:	**40**	**14**	**10**
в том числе:			
• лекции	*14*	*6*	*4*
• лабораторные занятия			
• практические занятия	*26*	*8*	*6*
2. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	**2**	**-**	**-**
3. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)	**-**	**0,25**	**0,25**
Самостоятельная работа (СР), всего:	**102**	**129,75**	**133,75**
в том числе:			
• самостоятельная работа в семестре (СР)	102	126	130
• самостоятельная работа в период экз. сессии (Контроль)		3,75	3,75

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Управление электронным бизнесом» базируется на входных знаниях, умениях и компетенциях полученных студентами в процессе освоения дисциплин «Информационные технологии», «Информационные технологии в менеджменте».

Для успешного освоения дисциплины «Управление электронным бизнесом», студент должен:

1. Знать основные принципы функционирования телекоммуникационных сетей и методы защиты информации – ОПК-7;
2. Уметь анализировать социально-экономические задачи и процессы с применением методов системного анализа и математического моделирования – ОПК-7.
3. Владеть навыками работы на персональном компьютере и поиска необходимой информации в Интернете – ОПК-7, ПК-11.

Изучение дисциплины «Управление электронным бизнесом» необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин, как: «Организация предпринимательской деятельности», «Разработка управленческих решений».

Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:
вид деятельности – информационно-аналитическая
ПК-11 – владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов.
В результате освоения компетенции ПК-11 обучающийся должен:
1. **Знать**: методы анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации.
2. **Уметь:** проводить анализ предметной области, вести базы данных по различным показателям.
1. **Владеть**: способами формирования информационного обеспечения участников организационных проектов.

ПК-12 – умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).
В результате освоения компетенции ПК-12 обучающийся должен:
1. **Знать**: методы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проект.
2. **Уметь:** организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами.
2. **Владеть**: методами обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

Формы контроля

Текущий и рубежный контроль осуществляется лектором и преподавателем, ведущим практические занятия, в соответствии с тематическим планом.

Промежуточная аттестация на 2 курсе, в 4 семестре – **зачет.**

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном

бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». Распределение баллов по отдельным видам работ в процессе освоения дисциплины «Управление электронным бизнесом» осуществляется в соответствии с разделом VIII.

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

и описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть, понимать)	Образовательные технологии
Раздел 1. Теоретические основы электронного бизнеса					
1.	Тема 1. Понятие электронного бизнеса и его составляющие	Предмет, задачи и цели курса. Сравнительный анализ определений «электронной коммерции», «электронного бизнеса». Возможности и преимущества электронного бизнеса. Сравнительная характеристика инструментов и методов ведения традиционной и коммерческой деятельности с использованием электронных средств. Критерии определения принадлежности коммерции к традиционной или электронной форме. Составляющие сферы ЭБ: участники, сети, процессы, законодательная база. Основные исторические факты развития электронного бизнеса. Положительные и отрицательные факторы воздействия электронного бизнеса на мировую экономику.	*ПК-11* *ПК-12*	**Знать:** понятия и термины изучаемой дисциплины, тенденции развития электронного бизнеса, роль и значение составляющих ЭБ. **Уметь:** проводить сравнительный анализ методов осуществления различных видов коммерческой деятельности, находить признаки электронного ведения бизнеса, **Владеть:** понятийным аппаратом предмета.	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа, консультации преподавателей
2.	Тема 2. Бизнес, бизнес-процессы и их классификация. Классификация систем электронной коммерции по субъектам и объектам	Понятие бизнес и бизнес-процессов. Их классификация. Понятие системы электронной коммерции, объектов и субъектов. Классификация систем электронной коммерции по объектам (товаром и услугам). Классификация систем электронной коммерции по объектам. Модели отношений между участниками процесса. Системы B2B (Business to Business, Бизнес - Бизнес), B2C (Business to Consumer, Бизнес - Потребитель), B2G (Business to Government, Бизнес - Государство), C2C (Consumer to Consumer, Потребитель - Потребитель), C2B (Consumer to Business, Потребитель - Бизнес), C2G (Consumer to Government, Потребитель - Государство), G2B	*ПК-11* *ПК-12*	**Знать:** принципы ведения электронного бизнеса, принципы классификации по субъектам и объектам электронной коммерции. **Уметь:** классифицировать товары и услуги электронной коммерции по объектам. **Владеть:** навыками классификации участников электронной коммерции по субъектам.	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа, консультации преподавателей

		(Government to Business, Государство - Бизнес), G2C (Government to Consumer, Государство - Потребитель), G2G (Government to Government, Государство – Государство).			
3.	Тема 3. Характеристика систем B2C и B2B. Способы доставки товара. Электронная торговля. Инфраструктура. Бизнес-модели Интернет-магазинов и способы их создания	Возможные и функциональные схемы систем B2C и B2B. Идеальная схема B2C. Торговые ряды, Интернет-витрины, Интернет-магазины, Интернет-аукционы и их разновидности. Электронный сбыт по модели B2B, электронные торговые площадки. Их классификация. Риски электронных торговых площадок. Существующие способы доставки товара и предоставления услуг. Их преимущества и недостатки. Сущность электронной торговли. Преимущества и недостатки электронной торговли по сравнению с традиционной торговлей. Инфраструктура электронной торговли. Бизнес модели Интернет-магазинов. Их преимущества и недостатки. Сравнительный анализ способов создания Интернет-магазина.	*ПК-11* *ПК-12*	**Знать:** основные возможности различных способов доставки товаров, отличия различных видов Интернет- аукционов, составляющие инфраструктуры электронной торговли, бизнес – модели электронной торговли, способы создания интернет - магазинов **Уметь:** анализировать функциональные схемы наиболее развитых систем электронной коммерции, выбирать оптимальную бизнес модель интернет – магазина для конкретных условий **Владеть:** выбирать способ доставки товара в зависимости от различных факторов (вида товара, региона доставки, возможного объема продаж и т.п.). навыками сравнительного анализа различных моделей интернет – магазинов.	Лекции (в т.ч. интерактивная), практические занятия, самостоятельная работа, консультации преподавателей
Раздел 2. Технологии платежей в сфере ЭБ					
4.	Тема 4. Характеристика традиционных способов оплаты и электронных платежных систем. Особенности платежных систем	Платежные системы в Интернет, этапы развития, классификация систем. Характеристика традиционных способов оплаты. Их преимущества и недостатки. Понятие электронных денег и электронных платежных систем. Требования к электронным платежным системам. Обзор и характеристика основных видов электронных платежных систем. Их достоинства и недостатки в сравнении с традиционными способами оплаты. Особенности использования традиционных и электронных способов оплаты в электронной коммерции в мире и России.	*ПК-11* *ПК-12*	**Знать:** преимущества и недостатки различных способов оплаты, как для продавца, так и для покупателя. **Уметь:** выбирать различные способы оплаты в конкретных условиях деятельности фирмы **Владеть:** навыками сравнения различных видов платежных систем	Лекции (в т.ч. интерактивная), практические занятия, самостоятельная работа, консультации преподавателей
5.	Тема 5. Примеры отечественных	Системы электронных платежей: электронные платежи и протоколы, схемы защиты информации. Кредитные системы. Расчеты с использованием	*ПК-11* *ПК-12*	**Знать:** основные схемы проведения платежей, их преимущества и недостатка **Уметь:** находить преимущества и недостатки	Лекции, практические занятия,

	электронных платежных систем	кредитных карточек. Достоинства и недостатки. Система Assist. Дебетовые системы. Достоинства и недостатки. Пример системы с использованием электронных денег. Система WebMoney. Электронный эквивалент бумажных чеков. Пример использования. Характеристика систем «банк-клиент», мобильный банкинг.		конкретных платежных систем при их сравнении **Владеть:** навыками анализа различных видов платежных систем	самостоятельная работа, консультации преподавателей
Раздел3. Безопасность в сфере ЭБ					
6.	Тема 6. Понятие безопасности в сфере ЭБ. Виды, источники и способы реализации угроз	Основы безопасности ЭВБ. Термины и их определения. Факторы, влияющие на состояние безопасности ЭБ. Направления обеспечение безопасности ведения бизнеса методами электронной коммерции и их характеристика. Виды, источники и способы реализации угроз информационной безопасности в сфере ЭВБ. Информационная безопасность и ее роль в обеспечении безопасности электронной коммерции. Интересы субъектов сферы ЭВБ относительно обеспечения безопасности. Принципы обеспечения безопасности. Экономическая оценка угроз безопасности для субъектов ЭБ.	*ПК-11* *ПК-12*	**Знать:** основные термины информационной безопасности, виды угроз в электронной коммерции. **Уметь:** применять принципы обеспечения безопасности при анализе деятельности электронного предприятия, находить направления обеспечения безопасности при проведении коммерческих операций электронным способом. **Владеть:** навыками определения видов и источников угроз в конкретных условиях деятельности фирмы, осуществляющей бизнес электронным способом.	Лекции, практические занятия, самостоятельная . работа, консультации преподавателей
7.	Тема 7. Технические, организационные и программные средства обеспечения информационной безопасности. Оценка эффективности защиты	Объекты защиты. Методы обеспечения информационной безопасности электронной коммерции. Комплексная система обеспечения информационной безопасности. Особенности обеспечения и политика информационной безопасности электронной коммерции. Характеристика организационных мер, программных и технических средств защиты информации в системах ЭВБ.	*ПК-11* *ПК-12*	**Знать:** объекты защиты предприятия, осуществляющего коммерческую деятельность с использованием технологий ЭВБ. **Уметь:** выбирать конкретные меры защиты в системах электронной коммерции **Владеть:** навыками нахождения сильных и слабых сторон средств защиты в конкретных условиях деятельности предприятия, осуществляющего коммерческую деятельность электронным способом.	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа, консультации преподавателей
Раздел 4. Нормативно-правовое обеспечение сферы ЭВБ					
8.	Тема 8. Основные проблемы правового	Обзор существующих точек зрения на проблему правового обеспечения электронной коммерции. Субъекты и объекты регулирования электронных сделок, юридическая сила, действительность и	*ПК-11* *ПК-12*	**Знать:** основные объекты правового регулирования электронных сделок, общий порядок заключения сделок в электронной форме	Лекции, практические занятия, самостоятельная

	обеспечения электронной коммерции.	исковая сила электронных сообщений. Порядок заключения договоров, требований к оферте и акцепту. Сопутствующие проблемы правового обеспечения. Авторское право и защита интеллектуальной собственности. Понятие и назначение коммерческой информации.		**Уметь:** работать с необходимой правовой литературой **Владеть:** навыками нахождения необходимых правовых документов	работа, консультации преподавателей
9.	Тема 9. Анализ существующей правовой и нормативной базы электронной коммерции в России и мире.	Обзор существующего российского законодательства для функционирования систем электронной коммерции, ее полнота и достаточность. Типовые нормативные документы.	*ПК-11* *ПК-12*	**Знать:** основные законы законодательства России, относящиеся к электронной коммерции **Уметь:** работать с типовыми нормативными документами. **Владеть:** навыками анализа правовых проблем электронной коммерции	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа, консультации преподавателей, обсуждение подготовленных группами студентов докладов
Раздел 5. Маркетинговые технологии электронного ведения бизнеса					
10.	Тема 10. Особенности методов маркетинговых исследований в системах ЭВБ	Понятие, структура и основные термины маркетинговых исследований в системах электронной коммерции. Системы ЭВБ как новые каналы коммуникаций и распределения товаров и услуг. Продвижение сайтов в Интернете. Реализация методов маркетинговых исследований в системах электронной коммерции. Интернет-реклама. Трансформация традиционных методов к рекламе в Интернете. E-mail маркетинг.	*ПК-11* *ПК-12*	**Знать:** преимущества и недостатки Интернета, как дистрибутивного канала **Уметь:** выбирать конкретные методы маркетинговых исследований в условиях деятельности в коммуникационных сетях. **Владеть:** навыками выбора конкретных методов продвижения сайтов в Интернете.	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа, консультации преподавателей
11.	Тема 11. Проведение маркетинговых исследований. Поиск, сбор и обработка маркетинговой информации в процессе работы системы	Этапы проведения маркетинговых исследований. Реализация методов маркетинговых исследований в системах электронной коммерции. Этапы построения взаимоотношений с посетителями в Интернет-маркетинге. Понятие поисковой системы, принципы ее работы. Релевантность документа, способы ее вычисления. Ранжирование результатов поиска.	*ПК-11* *ПК-12*	**Знать:** последовательность проведения маркетинговых исследований с помощью сетей **Уметь:** обрабатывать результаты маркетинговых исследований **Владеть:** навыками выбора этапов интернет–маркетинга в конкретных условиях работы фирмы.	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа, консультации преподавателей, обсуждение подготовленных группами студентов докладов

III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Управление электронным бизнесом» используются следующие образовательные технологии:

1. Стандартные методы обучения:
   - лекции;
   - практические занятия;
   - консультации преподавателей;
   - самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение письменных/устных заданий, работа с литературой.
2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:
   - интерактивные лекции;
   - обсуждение подготовленных группами студентов докладов.

IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. М. : Издательство Юрайт, 2016. — 363 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5931-4.

Дополнительная литература:

1. Организация розничной торговли в сети Интернет: Учебное пособие / Л.А. Брагин, Т.В. Панкина. М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 120 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-8199-0566-1,

2. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. — 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 336 с. - ISBN 978-5-394-02405-4 –

3. Основы коммерции: Учебное пособие / Г.А. Яковлев М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Обложка) ISBN 978-5-16-010331-0

4. Современные информационно-коммуникационные технологии для успеш. ведения бизнеса: Учеб. / Ю.Д.Романова и др М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 279 с.: 60x90 1/16 + (Доп. мат. znanium.com). - (Учеб. для прогр. MBA). (п) ISBN 978-5-16-006873-2

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. www.oborot.ru - портал электронной коммерции
2. www.citforum.ru - Сервер информационных технологий
3. www.i2r.ru - библиотека ресурсов интернет-индустрии
4. www.seonews.ru продвижение сайтов в интернете

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows 7, Пакет прикладных программ Microsoft Office: 2010, Visual Studio 2017-2019 community, Acrobat Reader DC, 7-Zip, Notepad ++, Графический редактор GIMP, Inkscape, Электронный справочник 2GiS, Справочная Правовая система

«Консультант плюс Эксперт», Электронный справочник "Система Гарант", Браузер: Google Chrome, Mozilla Firefox, MS Internet Explorer, Антивирусная программа Windows defender, Антивирусная программа 360 Total Security.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Раздел I. ***Теоретические основы электронного бизнеса***
Тема 1. Понятие электронного бизнеса и его составляющие

Литература: О-1; Д-1; Д-2; Д-3, Д-4.
Вопросы для самопроверки:
1. Дать определение электронной коммерции.
2. Дать определение электронного бизнеса.
3. Перечислить составляющие электронной коммерции.
4. Перечислить составляющие электронной коммерции.
5. По каким критериям бизнес относят к электронному или традиционному?
6. Дать определение Интернет – коммерции.
7. Перечислить основные события и факты, которые оказали существенной влияние на развитие электронной коммерции.
8. Назвать факторы, которые способствуют развитию электронного бизнеса.
9. Назвать факторы, которые сдерживают развитие сферы электронного ведения бизнеса.

Задания для самостоятельной работы:
1. Найти в Интернете определения термина «Электронная коммерция» и сделать их сравнительный анализ.
2. Найти в Интернете определения термина «Электронный бизнес» и сделать их сравнительный анализ.
3. Найти в Интернете определения терминов «Электронная коммерция» и «Интернет коммерция». Что общего и в чем отличаются приведенные определения?
4. Найти 3-4 сайта различных организаций. Можно ли на основании информации размещенной на сайте утверждать, что предприятие занимается электронной коммерцией?

Тематика докладов/рефератов:
1. История развития электронной коммерции в России.
2. Общемировые и российские тенденции развития электронной коммерции. Их общие черты и различия.
3. История развития электронной коммерции в Западной Европе.
4. История появления и развития интернет – магазинов.

Тема 2. Бизнес, бизнес-процессы и их классификация. Классификация систем электронной коммерции по субъектам и объектам

Литература: О-1; Д-1; Д-2; Д-3, Д-4.
Вопросы для самопроверки:
1. Дать определения терминов «Бизнес» и «Бизнес – процессов».
2. Перечислить принципы бизнеса.
3. Перечислить классификацию видов бизнеса и бизнес – процессов.
4. Дать классификацию систем электронной коммерции по субъектам.
5. Дать классификацию систем электронной коммерции по объектам.
6. Объяснить принцип обозначения систем электронной коммерции, при их классификации по субъектам.
7. Перечислить системы электронной коммерции наиболее развитые в настоящее время.

Задания для самостоятельной работы:

2. Найти сайты в Интернете, которые относятся к секторам B2B, B2C, B2G, C2C.
3. Перечислить признаки, по которым найденные сайты были отнесены к конкретным секторам.
4. Какие виды товаров и услуг предлагаются на этих сайтах?

Тематика докладов/рефератов:

1. Сравнительный анализ развития систем B2B в России и Западной Европе.
2. Разновидности классификации систем электронной коммерции по субъектам, предлагаемые разными учеными.
3. Сайты предприятий, осуществляющие коммерческую деятельность на территории Пермского края, как пример различных систем электронной коммерции.

Тема 3. Характеристика систем B2C и B2B. Способы доставки товара. Электронная торговля. Инфраструктура. Бизнес-модели Интернет-магазинов и способы их создания

Литература: О-1; Д-1; Д-2; Д-3, Д-4.

Вопросы для самопроверки:

1. Нарисовать функциональные схемы систем B2C и B2B.
2. Перечислить разновидности интернет – аукционов.
3. В чем отличие интернет витрин, интернет – магазинов и автоматизированных торговых витрин.
4. Перечислить возможные классификации электронных торговых площадок.
5. Перечислить преимущества и недостатки способов доставки товаров.
6. Перечислить риски электронных торговых площадок.
7. Перечислить существующие модели закупок в системе B2B.
8. Каким образом создаются интернет-магазины?

Задания для самостоятельной работы:

1. Найти 5-6 сайтов интернет – магазинов и провести их анализ. Можно ли их отнести к интернет – магазинам или они являются интернет – витринами или автоматизированными торговыми витринами.
2. Найти несколько интернет – аукционов и провести их классификацию.
3. Найти в интернете электронные торговые площадки и провести их классификацию по модели осуществления закупок.
4. Найти интернет – магазины, осуществляющие деятельность на территории Пермского края. Проанализировать способы доставки в этих магазина. От каких факторов зависит способ доставки.

Тематика докладов/рефератов:

1. Защита прав потребителей в электронной коммерции.
2. Технологические и информационные взаимодействия участников системы B2B.
3. Назначение, функциональные возможности Emarket Place в системе B2B.
4. Сравнительный анализ способов взаимоотношений в системе B2B.
5. Сравнительный анализ способов создания интернет – магазинов.

Раздел II *Технологии платежей в сфере ЭВБ*

Тема 4. Характеристика традиционных способов оплаты и электронных платежных систем. Особенности платежных систем

Литература: О-1; Д-1; Д-2; Д-3, Д-4.

Вопросы для самопроверки:

1. Дать определение термина «Платежная система».
2. Перечислить преимущества и недостатки традиционных способов оплаты.
3. Дать определение электронных денег.
4. Перечислить преимущества и недостатки электронных денег.

5. Привести классификацию электронных способов оплаты.

Задания для самостоятельной работы:

1. Найти 5-6 интернет – магазинов. Провести сравнительный анализ используемых способов оплаты.
2. Проанализировать тарифы российских электронных платежных систем.

Тематика докладов/рефератов:

1. Предпосылки появления электронных платежных систем и история их развития.
2. Перспективы развития электронных платежных систем.
3. Предпосылки появления электронных денег и история их развития.
4. Перспективы развития электронных денег.
5. Влияние развития информационно-телекоммуникационных технологий на формирование электронных платежных систем.

Тема 5. Примеры отечественных электронных платежных систем

Литература: О-1; Д-1; Д-2; Д-3, Д-4.

Вопросы для самопроверки:

1. Дать классификацию электронных платежных систем.
2. Перечислить преимущества и недостатки системы Assist.
3. Нарисовать схему системы Assist.
4. Перечислить преимущества и недостатки электронных денег.
5. Привести классификацию электронных способов оплаты.
6. Нарисовать схему проведения расчета с использованием электронных денег.
7. Что такое электронный чек. Отличия от бумажного чека.
8. Нарисовать схему проведения расчета с использованием бумажного чека.
9. Перечислить основные возможности систем «банк-клиент».
10. Перечислить основные характеристики и возможности мобильного банкинга.

Задания для самостоятельной работы:

1. Найти 5-6 интернет – магазинов. Провести сравнительный анализ используемых способов оплаты.
2. Определить количество российских банков, участвующих в системе Assist.
3. Провести сравнительный анализ преимуществ и недостатков кредитных и дебетовых систем.
4. Сделать сравнительный анализ систем «банк-клиент», мобильный банкинг.
5. Найти официальные сайты двух платежных систем использующих электронные деньги. Провести сравнительный анализ функциональных возможностей этих систем.

Тематика докладов/рефератов:

1. Предпосылки появления электронных платежных систем и история их развития.
2. Перспективы развития электронных платежных систем.
3. Перспективы развития электронных денег.
4. Влияние развития информационно-телекоммуникационных технологий на формирование электронных платежных систем.
5. Мошенничество в электронных платежных системах.

Раздел III. *Безопасность в сфере ЭВБ*

Тема 6. Понятие безопасности электронной коммерции. Виды, источники и способы реализации угроз

Литература: О-1; Д-1; Д-2; Д-3, Д-4.

Вопросы для самопроверки:

1. Дать определение безопасности электронной коммерции.
2. Что такое угроза?
3. Виды угроз в электронной коммерции.

4. В чем отличие обеспечения безопасности электронной коммерции от традиционной.
5. Перечислить направления обеспечения безопасности в электронной коммерции.
6. Назвать объекты защиты электронной коммерции, с учетом их приоритета.
7. Перечислить виды угроз информационной безопасности электронной коммерции.
8. Перечислить источники и способы угроз информационной безопасности электронной коммерции.
9. Перечислить группы принципов обеспечения безопасности.
10. По каким критериям можно проводить экономическую оценку угроз безопасности в электронной коммерции.

Задания для самостоятельной работы:

1. Привести примеры умышленных и неумышленных источников реализации угроз для интернет – магазина.
2. Дать краткую характеристику способов реализации угроз, которыми может подвергаться коммерческое предприятие, использующее технологии электронной коммерции.
3. Привести примеры применения принципов обеспечения безопасности в работе интернет – магазина.

Тематика докладов/рефератов:

1. Изменение трактовки понятий «безопасность» и «угроза» в историческом аспекте.
2. Правое обеспечение безопасности электронной коммерции.
3. Мошенничество в электронной коммерции.
4. Высокий уровень информационной безопасности в электронной коммерции – краеугольный камень обеспечения существования фирмы.
5. Международный опыт обеспечения информационной безопасности.

Тема 7. Технические, организационные и программные средства обеспечения информационной безопасности. Оценка эффективности защиты

Литература: О-1; Д-1; Д-2; Д-3.

Вопросы для самопроверки

1. Перечислить объекты защиты информации.
2. Кратко охарактеризовать методы защиты информации.
3. В чем заключается комплексность системы обеспечения безопасности.
4. Какие особенности имеет политика обеспечения информационной безопасности в электронной коммерции.
5. Дать краткую характеристику организационных мер защиты информации в системах электронной коммерции.
6. Перечислить программные и технические средства обеспечения безопасности.

Задания для самостоятельной работы:

1. Найти в Интернете 3-4 бесплатных антивирусных программ. Сделать сравнительный анализ их преимуществ и недостатков.
2. Найти в Интернете описание и характеристики российских межсетевых экранов.
3. Сделать сравнительный анализ программно-аппаратных комплексов защиты информации.
4. Провести сравнительный анализ понятия «Электронная подпись» («Электронно - цифровая подпись») в российском и зарубежном законодательстве.
5. Нарисовать схему передачи электронного сообщения с использованием электронной подписи
6. Найти в Интернете описание программ реализующих стеганографический способ защиты информации. Сделать их сравнительный анализ.

Тематика докладов/рефератов:

1. История появления вирусов.
2. Хакер. Кто он и что он делает?
3. Безопасные протоколы передачи данных.

4. Отечественны и зарубежные антивирусные программы. Характеристики и сравнительный анализ.
5. Криптографические алгоритмы защиты информации, используемые в компьютерных программах.

Раздел IV. *Нормативно-правовое обеспечение сферы ЭВБ*

Тема 8. Основные проблемы правового обеспечения электронной коммерции

Литература: О-1.

Вопросы для самопроверки

1. Перечислить существующие точки зрения на проблему правового обеспечения электронной коммерции.
2. Перечислить субъекты правового регулирования электронной коммерции.
3. Перечислить объекты правового регулирования электронной коммерции.
4. Назвать возможные варианты последовательности заключения договоров в электронной коммерции.
5. Перечислить требования к оферте.
6. Назвать сопутствующие правовые проблемы электронной коммерции.
7. Какие сведения не могут составлять коммерческую тайну.
8. Что такое смежные авторские права?

Задания для самостоятельной работы:

1. Найти в Интернете примеры (образцы) договоров для их подписания в электронной форме.
2. Найти информации о способах и методах защиты авторского права в Интернете с использованием информационных и телекоммуникационных средств.
3. Найти сайты, на которых имеются ссылки на закрытие информации под видом коммерческой тайны. Всегда ли это обоснованно?
4. Найти в Интернете мнения о необходимости принятия законов, которые бы сглаживали наиболее острые правовые проблемы электронной коммерции.

Тематика докладов/рефератов:

1. Подходы к формированию требований к оферте и акцепту, имеющихся в юридической литературе.
2. Судебная практика разрешения споров по договорам заключенным в электронной форме.
3. Международные конвенции о защите авторского права.
4. Судебная практика о защите авторского права в Интернете.
5. Как соотносятся понятия коммерческая, государственная и служебная тайна.

Тема 9. Анализ существующей правовой и нормативной базы электронной коммерции в России и мире

Литература: О-1; Д-2.

Вопросы для самопроверки

1. Перечислить законодательные акты, имеющие отношение к правовому регулированию электронного бизнеса.
2. Какие виды электронных подписей рассматриваются в законе «Об электронной подписи».
3. Какие типовые нормативные документы используются в электронной коммерции?
4. Дайте краткую характеристику организации ЮНСИТРАЛ.
5. Перечислить требования к оферте.
6. Назвать сопутствующие правовые проблемы электронной коммерции.
7. Какие сведения не могут составлять коммерческую тайну.

Задания для самостоятельной работы:

1. Найти в законах России различные определения электронной подписи и электронно-цифровой подписи.

2. Найти в Интернете названия международных организаций занимающихся правотворчеством в электронной коммерции.
3. Найти организации, которые могут создать электронную подпись. Сравнить их тарифы и условия получения электронной подписи.
4. Провести сравнительный анализ понятия «Электронная подпись» («Электронно-цифровая подпись») в российском и зарубежном законодательстве.
5. Какая роль отводится информационным центрам, в соответствии с программой «Электронная Россия».

Тематика докладов/рефератов:

1. Предпосылки появления и история развития электронно-цифровой подписи.
2. Программные и технические средства, применяемые при работе с электронной подписью.
3. Результаты выполнения программы «Электронная Россия»
4. Математические и алгоритмические основы создания электронно–цифровой подписи.
5. Использование электронно-цифровой подписи в электронной коммерции.

Раздел V. *Маркетинговые технологии электронного ведения бизнеса*
Тема 10. Особенности методов маркетинговых исследований в системах ЭВБ

Литература: О-1; Д-1; Д-2; Д-3.

Вопросы для самопроверки

1. Дайте понятие интернет – маркетинга.
2. Перечислите способы продвижения сайтов в Интернете.
3. Перечислить методы продвижения сайтов в Интернете.
4. Назвать методы маркетинговых исследований применяемых в системах электронной коммерции.
5. Охарактеризуйте сайт, как новый дистрибутивный канал коммерции.
6. Перечислить преимущества и недостатки интернет – маркетинга по сравнению с маркетингом в традиционной коммерции.
7. Какие способы рекламы, используемые в традиционной коммерции неприменимы в электронной коммерции.
8. Отличия Pull и Push моделей в интернет – рекламе.
9. Преимущества и ограниченность E-mail маркетинга.

Задания для самостоятельной работы

1. Найти 5-7 сайтов коммерческих предприятий. Какие методы интернет рекламы используются на этих сайтах.
2. Найти 8 – 10 сайтов. Провести их классификацию по выполняемым функциям
3. Найти 5-6 сайтов, на которых содержатся элементы интернет – рекламы.
4. Зайти на сайт Top 100 Rambler. Найти сайты пермских компаний. Оценить их рейтинг.
5. Зайти на сайт Top 100 Rambler. Найти сайты пермских компаний. Оценить их рейтинг.

Тематика докладов/рефератов:

1. Сравнительный анализ понятия «интернет – маркетинг» имеющиеся в российской научной литературе.
2. Интернет, как принципиально новый дистрибутивный канал электронной коммерции.
3. Сайт – основной инструмент проведения интернет – маркетинга.
4. Спам, как инструмент ведения интернет – маркетинга.
5. Запрещенные методы оптимизации содержимого сайта с целью его продвижения в Интернете.

Тема 11.Проведение маркетинговых исследований. Поиск, сбор и обработка маркетинговой информации в процессе работы системы

Литература: О-1; Д-1; Д-2; Д-3, Д-4.

Вопросы для самопроверки

1. Перечислите этапы маркетинговых исследований.
2. Назовите особенности реализации методов маркетинговых исследований в системах электронной коммерции.
3. Перечислить этапы построения взаимоотношений с посетителями в Интернет-маркетинге.
4. Какие принципы заложены в работу поисковой системы.
5. Что такое релевантность документа.
6. Как найти релевантность документа.
7. Как можно ранжировать результаты поиска
8. Какие информационные и телекоммуникационные технологии используются при проведении маркетинговых исследований.

Задания для самостоятельной работы:

1. Фирма готова создать интернет - магазин по продаже бытовой техники. Какие этапы маркетинговых исследований нужно провести.
2. Найти 8 – 10 сайтов компаний, которые занимаются электронной коммерцией. Какие образом с помощью сайтов проводятся маркетинговые исследования.
3. Сделать одинаковый запрос любой ранее изученной теме предмета «Электронная коммерция в разных поисковых системах. Определить релевантность поиска для первых 10 позиций
4. Зайти на сайт Top 100 Rambler. Найти сайты пермских компаний. Оценить из рейтинг.

Тематика докладов/рефератов:

1. История появления и развития поисковых систем.
2. Отличия маркетинговых исследований в электронной и традиционной коммерции.
3. Возможности сайта для проведения маркетинговых исследований.
4. Влияние развития информационных и телекоммуникационных технологий на взаимоотношения клиентов в системах электронной коммерции.
5. Перспективные информационные и телекоммуникационные технологии при проведении маркетинговых исследований.

Материально-техническое обеспечение дисциплины (разделов)

Дисциплина обеспечена:

- учебной аудиторией для проведения занятий лекционного типа, оборудованной мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций,
- учебной аудиторией для проведения занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) для групповых и индивидуальных консультаций, промежуточной аттестации, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации студентам;
- помещениями для самостоятельной работы, оснащенной компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченной доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

(Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий)

Форма обучения очная

№ п/п	Наименование разделов и тем	Контактные часы									Самостоятельная работа		Контроль	Формы текущего/ рубежного контроля
		Аудиторные часы						Часы в электронной форме обучения		Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	формы	часы		
		Лекции	Прак. занятия	Лаб. раб.	Всего ауд.	в том числе интерактивные								
						формы	часы	лекции	практические занятия					
Раздел 1. Теоретические основы электронного бизнеса														
1.	Понятие электронного бизнеса и его составляющие	1	2		3						Лит., С.р.., подг. к тестам	5		устный опрос, тесты.
2.	Бизнес, бизнес-процессы и их классификация. Классификация систем электронной коммерции по субъектам и объектам	1			1						Лит., подго-товка к тестам	5		устный опрос, тесты, пров. зад. пр.работ
3.	Характеристика систем B2C и B2B. Способы доставки товара. Электронная торговля. Инфраструктура. Бизнес-модели Интернет-магазинов и способы их создания.	2	8		10	ИЛ	2				Лит., С.р.., подг. к тестам	10		устный опрос, тесты, пров. зад. пр.работ
Раздел 2. Технологии платежей в сфере ЭБ														
4.	Характеристика традиционных способов оплаты и электронных платежных систем. Особенности платежных систем	1	2		3	ИЛ	2				Лит., С.р.., подг. к тестам	10		устный опрос, тесты, пров. зад. пр.работ
5.	Примеры отечественных электронных платежных	1	2		3						Лит., С.р..,	12		устный опрос

	систем										подг. к тестам			
Раздел3. Безопасность в сфере ЭБ														
6.	Понятие безопасности в сфере ЭБ. Виды, источники и способы реализации угроз	1			1						Лит., С.р.., подг. к тестам	10		устный опрос, пров. зад. пр.работ
7.	Технические, организационные и программные средства обеспечения информационной безопасности. Оценка эффективности защиты	2	4		6						Лит., С.р.., подг. к тестам	15		устный опрос
Раздел 4. Нормативно-правовое обеспечение сферы ЭВБ														
8.	Основные проблемы правового обеспечения электронной коммерции.	1			1						Лит., С.р., подг. к тестам	5		устный опрос
9.	Анализ существующей правовой и нормативной базы электронной коммерции в России и мире.	1	2		3	ОД	2				Лит., С.р.., подг. к тестам	10		устный опрос, обсуждение докладов
Раздел 5. Маркетинговые технологии электронного ведения бизнеса														
10.	Особенности методов маркетинговых исследований в системах ЭВБ	1	4		5						Лит., С.р.., подг. к тестам	10		устный опрос, пров. зад. пр.работ
11.	Проведение маркетинговых исследований. Поиск, сбор и обработка маркетинговой информации в процессе работы системы	2	2		4	ОД	2				Лит., С.р. подг. к тестам	10		устный опрос, пров. зад. пр.работ, обсуждение докладов
	Итого	14	26		40		8			2		102		**Зачет**
Всего по дисциплине 144 ч.		**14**	**26**		**40**					**2**		**102**		

Сокращения, используемые в Тематическом плане изучения дисциплины:

№ п/п	Сокращение	Вид работы
1.	Лит	Работа с литературой
2.	С.р.	Выполнение заданий для самостоятельной работы
3.	Подг. к тестам	Подготовка к тестированию
4.	ИЛ	Интерактивная лекция
5.	ОД	Обсуждение подготовленных группами студентов докладов
6.	пров. зад. пр.работ	Проверка заданий практических работ

VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».

Фонд оценочных средств хранится на кафедре торгового дела и информационных технологий.

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. таблицу раздела II).

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. таблицу раздела II и раздел VIII).

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

- **Тематика курсовых работ**

Согласно учебному плану по дисциплине «Управление электронным бизнесом» курсовая работа не предусмотрена.

- **Вопросы к зачету**

Раздел 1. Теоретические основы электронного бизнеса

1. Сравнительный анализ определений «электронной коммерции», «электронного бизнеса».
2. Возможности и преимущества электронного бизнеса.
3. Сравнительная характеристика инструментов и методов ведения традиционной и коммерческой деятельности с использованием электронных средств.
4. Критерии определения принадлежности коммерции к традиционной или электронной форме.
5. Составляющие сферы ЭБ: участники, сети, процессы, законодательная база.
6. Основные исторические факты развития электронного бизнеса.
7. Положительные и отрицательные факторы воздействия электронного бизнеса на мировую экономику.
8. Понятие бизнес и бизнес-процессов. Их классификация.
9. Понятие системы электронной коммерции, Классификации систем электронной коммерции по субъектам.
10. Понятие системы электронной коммерции, Классификации систем электронной коммерции по и объектам.
11. Модели отношений между участниками процесса.
12. Система B2B.
13. Система B2C. «Идеальная» схема B2C.

14. Торговые ряды, Интернет-витрины, Интернет-магазины,
15. Интернет-аукционы и их разновидности.
16. Сущность, содержание и инфраструктура электронной торговли.
17. Бизнес - модели электронной торговли.
18. Способы создания Интернет-магазина.
19. Электронный сбыт по модели B2B, электронные торговые площадки. Их классификация. Риски электронных торговых площадок.
20. Существующие способы доставки товара и предоставления услуг. Их преимущества и недостатки.

Раздел 2. Технологии платежей в сфере электронного ведения бизнеса

1. Платежные системы в Интернет, этапы развития, классификация систем.
2. Характеристика традиционных способов оплаты. Их преимущества и недостатки.
3. Понятие электронных денег, их преимущества и недостатки.
4. Понятие электронных платежных систем. Требования к электронным платежным системам.
5. Обзор и характеристика основных видов электронных платежных систем. Их достоинства и недостатки в сравнении с традиционными способами оплаты.
6. Особенности использования традиционных и электронных способов оплаты в электронной коммерции в мире и России.
7. Кредитные системы. Расчеты с использованием кредитных карточек. Достоинства и недостатки. Система Assist.
8. Дебетовые системы. Достоинства и недостатки. Пример системы с использованием электронных денег.
9. Дебетовые системы. Достоинства и недостатки. Пример системы с использованием электронного чека.
10. Характеристика систем «банк-клиент», мобильный банкинг.

Раздел 3. Безопасность в сфере ЭВБ

1. Основы безопасности электронной коммерции. Термины и их определения.
2. Направления обеспечение безопасности ведения бизнеса методами электронной коммерции и их характеристика.
3. Виды, источники и способы реализации угроз информационной безопасности электронной коммерции.
4. Информационная безопасность и ее роль в обеспечении безопасности электронной коммерции.
5. Интересы субъектов электронной коммерции в сфере обеспечения безопасности.
6. Принципы обеспечения безопасности.
7. Экономическая оценка угроз безопасности для субъектов электронной коммерции.
8. Объекты защиты. Методы обеспечения информационной безопасности электронной коммерции.
9. Комплексная система обеспечения информационной безопасности. Особенности обеспечения и политика информационной безопасности электронной коммерции.
10. Характеристика организационных мер, программных и технических средств защиты информации в системах электронной коммерции.

Раздел 4. Нормативно-правовое обеспечение сферы ЭВБ

1. Обзор существующих точек зрения на проблему правового обеспечения электронной коммерции.
2. Субъекты и объекты регулирования электронных сделок, юридическая сила, действительность и исковая сила электронных сообщений.
3. Порядок заключения договоров, требований к оферте и акцепту.
4. Сопутствующие проблемы правового обеспечения.
5. Авторское право и защита интеллектуальной собственности.
6. Понятие и назначение коммерческой информации.
7. Характеристика основных российских законов имеющих отношение к электронной коммерции.

8. Типовые нормативные документы в области электронной коммерции.
9. Основные положения закона «Об электронной подписи».
10. Основные положения типовых законов ЮНСИТРАЛ. Практика формирования законодательства по электронной коммерции за рубежом

Раздел 5. Маркетинговые технологии электронного ведения бизнеса

1. Понятие, структура и основные термины маркетинговых исследований в системах электронной коммерции.
2. Системы электронной коммерции как новые каналы коммуникаций и распределения товаров и услуг.
3. Продвижение сайтов в Интернете.
4. Реализация методов маркетинговых исследований в системах электронной коммерции.
5. Интернет-реклама.
6. Трансформация традиционных методов к рекламе в Интернете.
7. E-mail маркетинг.
8. Этапы проведения маркетинговых исследований.
9. Реализация методов маркетинговых исследований в системах электронной коммерции.
10. Этапы построения взаимоотношений с посетителями в Интернет-маркетинге.
11. Понятие поисковой системы, принципы ее работы.

- ***Примеры заданий для самостоятельной работы***

1. Пользуясь данными сайта «Пермьстат» (permstat.gks.ru/), спрогнозировать развитие электронной коммерции в Пермском крае в ближайшие годы (по показателям, выбранным самостоятельно).
2. Используя средства поиска информации в Интернете, найти сайты курьерских служб и составить их сравнительную характеристику, согласно таблице:

Характеристики	Курьерская служба 1	Курьерская служба 2
Адрес в сети		
Краткая характеристика компании		
Услуги		
География		
Возможность отслеживания груза		
Виды грузов (возможные / запрещенные)		
Клиенты		
Способы доставки		
Удобство и разнообразие способов оплаты		
Особенности		

- ***Пример заданий практической работы***

Проанализировать 2 сервиса для осуществления e-mail маркетинга по указанным критериям.

Название сервиса		
Доставляемость		
Язык интерфейса		
Техподдержка		
Бесплатная пробная версия		
Минимальный тариф		
Способы оплаты		
Блочный конструктор писем		
Создание формы подписки		
Готовые шаблоны писем		
Кнопки социальных сетей		

Бесплатный хостинг		
Персонализация		
Автоматические серии писем		
Планировщик рассылок		
Импорт базы подписчиков		
Интеграция по API (API - это интерфейс прикладного программирования для интеграции одного программного обеспечения с другим)		
Интеграция с CMS CRM		
Интеграция с платформами интернет-магазинов		
Интеграция с соцсетями		
Интеграция с системами веб-аналитики		
Статистика		
A/B-тестирование (A/B-тестирование позволяет оценивать количественные показатели работы двух вариантов веб-страницы, а также сравнивать их между собой)		
Карта кликов		
Просмотр писем на разных устройствах перед отправкой		
Проверка на спам		
SMS-рассылка		
Мобильное приложение		
Дополнительные особенности		
Клиенты		

Сервисы: Unisender, Smartresponder, Mailchimp, Aweber, Getresponse, Sendsay, Prostoemail, Expertsender, Mailtrig, Mailerlite, Mailigen, Madmimi, Campaignmonitor, Verticalresponse, Benchmark, Constantcontact, Wix ShoutOut, Rumailer, EstisMail и др.

- ***Тестовые задания***

Раздел 1:

1. Понятие электронной коммерции:

А) технологии совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными;

Б) специфическая форма торговли и рекламы, принципиально новый способ покупки, продажи и распространения товаров и услуг;

В) технологии совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением Internet.

2. Интернет-витрина может быть:

А) статической;

Б) динамической;

В) возможны оба варианта.

3. По какому принципу проводят классификацию объектов электронной коммерции:

А) по виду используемой платежной системы;

Б) по виду товара или услуги;

В) по функциональной схеме бизнес-моделей.

4. Понятие классификатора информации:

А) полный перечень понятий и присвоенных им кодов;

Б) полный перечень понятий из какой-либо предметной области, распределенных по принятому признаку классификации, и присвоенных им кодов;

В) организованная совокупность информации для их автоматизированной обработки.

5. Система B2C:

А) это вид электронной коммерции, где продавец это частное лицо, а покупатель коммерческая организация;

Б) это вид электронной коммерции, где покупатель это частное лицо, а продавец коммерческая организация;

В) это вид электронной коммерции, где покупатель это частное лицо, а продавец государственная (правительственная) организация;

Г) это вид электронной коммерции, где покупатель это государственная (правительственная) организация, а продавец коммерческая организация.

5. Система B2B:

А) характеризуется устойчивыми связями между участниками;

Б) характеризуется не устойчивыми связями между участниками;

В) характеризуется не значительной величиной в денежном (физическом) объеме одной покупки (продажи).

6. Понятие шлюза:

А) программное средство, предназначенная для соединения двух сетей, использующих различные протоколы, благодаря чему появляется возможность их совместное работы;

Б) устройство соединения двух сетей, преобразующее данные в сигналы, пригодные для передачи по каналам связи;

В) программно-техническое средство позволяющее накапливать, преобразовывать и передавать информацию по сетям.

7. Понятие Интернет-магазина:

А) предприятие розничной торговли, предназначенное для продажи товаров и оказания услуг покупателям и использующее для ведения коммерции компьютерную сеть Интернет;

Б) совокупность средств электронных коммуникаций, предназначенных для приёма заказов на товары и услуги через Интернет, и является инструментом привлечения покупателя, интерфейсом для взаимодействия с ним и проведения маркетинговых мероприятий;

В) электронная торговая точка, обеспечивающая проведение закупок «в один приём»;

Г) рыночное пространство, созданное средствами электронных телекоммуникаций и предназначенное для осуществления сделок купли-продажи товаров или услуг.

Раздел 2:

1. Основной недостаток оплаты наличными деньгами для электронной коммерции связан с:

А) отсутствие анонимности процесса платежа;

Б) неудобство оплаты товаров и услуг, оказание которых не требует личного контакта покупателя и продавца;

В) большими расходами государства, связанные с необходимостью обеспечения функционирования наличного денежного обращения.

2. Основное преимущество банковского перевода:

А) наиболее безопасный (среди безналичных форм оплаты);

Б) привычность для частных и юридических лиц;

В) возможность оплатить покупку любой стоимости.

3. Какие платежные системы используются в России:

А) основанные на дебетовых картах;

Б) основанные на кредитных картах;

В) основанные на дебетовых и кредитных картах, электронных деньгах и чеках;

Г) основанные на электронных деньгах и чеках.

4. Понятие электронных денег:

А) документы в электронной форме, требующие перевода некоторой суммы денег с одного счета на другой;

Б) денежные обязательства эмитента в форме защищённых электронных сертификатов, составленные в электронной форме и заменяющие в процессе их обращения требования физических и юридических лиц по оплате товаров и услуг;

В) сообщения о платежах в электронных платежных системах Интернет.

5. Интернет-банкинг – это:

А) возможность совершать стандартные банковские операции через Интернет;

Б) создание виртуального банка в Интернете;

В) получение банковского кредита через Интернет.

6. Понятие акцепта:

А) согласие с условиями договора на покупку (продажу) товара или услуги;

Б) предложение вступить в договорные отношения на покупку (продажу) товара или услуги;

В) проверка прав пользователя на осуществление транзакций;

Г) отчёт о транзакциях, совершённых клиентом по пластиковой карте в течение некоторого периода времени.

7. Понятие оферты:

А) согласие с условиями договора на покупку (продажу) товара или услуги:

Б) предложение вступить в договорные отношения на покупку (продажу) товара или услуги:

В) проверка прав пользователя на осуществление транзакций:

Г) отчёт о транзакциях, совершённых клиентом по пластиковой карте в течение некоторого периода времени.

8. Понятие транзакции в электронной коммерции:

А) цепочки цифр, представляющие определенное количество денег;

Б) программное обеспечение, автоматизирующее процесс использования электронных денег;

В) банковская операция по переводу наличности, для какой-либо цели;

Г) сообщение о переводе денежных средств со счета покупателя на счет продавца;

Д) совокупность методов интернет-коммерции, направленных на увеличение популярности сайтов;

Е) проверка счета покупателя в банке.

9. Интернет-банкинг – это:

А) возможность совершать стандартные банковские операции через Интернет;

Б) создание виртуального банка в Интернете;

В) получение банковского кредита через Интернет.

Раздел 3:

1. Понятие безопасности электронной коммерции:

А) состояние защищенности интересов хозяйствующих субъектов отношений, совершающих коммерческие операции (сделки) с помощью технологий электронной коммерции от угроз материальных и иных потерь;

Б) состояние защищенности от всех видов угроз, созданное с помощью технологий электронной коммерции;

В) совокупность мероприятий обеспечивающих защиту объектов и субъектов электронной коммерции.

2. Чем руководствуются при создании системы безопасности электронной коммерции:

А) принципом достаточности, который заключается в том, чтобы проводимые мероприятия с учетом потенциальных угроз были минимальными и достаточными;

Б) принципом максимальной минимизации ущерба от потенциальных угроз;

В) принципом обеспечения безопасности от всех угроз.

3. Принцип невозможности создания идеальной системы защиты обусловлен:

А) ограниченностью ресурсов, которыми, как правило, располагает система безопасности;

Б) неопределенностью, а именно: когда, кто, где и каким образом попытается нарушить безопасность объекта защиты;

В) ограниченностью ресурсов и неопределенность характеристики атаки на объекты защиты.

4. Принцип минимального риска при создании системы защиты заключается в том, что:

А) при создании системы защиты необходимо выбирать минимальную степень риска, исходя из особенностей угроз безопасности, доступных ресурсов и конкретных условий;

Б) необходимо обеспечить такую защиту, при которой информационные, материальные и иные виды потерь будут минимальными;

В) необходимо обеспечить такую защиту, при которой угроза нападения будет минимальной.

5. Критерий оценки эффективности системы безопасности:

А) заключается в отношении стоимости взлома этой системы к убыткам, которые могут возникнуть при нарушении безопасности;

Б) заключается в отношении стоимости системы защиты к текущим расходам на поддержание ее работоспособности;

В) заключается в отношении стоимости системы защиты к стоимости защищаемой системы.

6. Информация может составлять коммерческую тайну, если:

А) обладатель информации принимает меры к охране этой информации;

Б) в них содержатся сведения о составе работающих и их заработной плате;

В) документы о платежеспособности.

7. Какой ключ используют при криптографическом преобразовании информации:

А) открытый ключ;

Б) закрытый ключ;

В) открытый и закрытый ключи.

8. Понятие криптографии:

А) шифрование информации;

Б) система скрытого хранения или передачи информации;

В) наука, изучающая эффективные способы замены одних символов или их комбинации другими символами;

Г) наука, изучающая новые физические способы записи и хранения информации;

Д) наука, изучающая способы восстановления поврежденной информации на электронных носителях.

9. Какие сведения не входят в число, составляющих коммерческую тайну:

А) информация о численности и составе работников;

Б) экономические результаты хозяйственной деятельности;

В) структура затрат;

Г) ценовая политика.

10. К пассивным способам реализации угроз не относится:

А) анализ потока обращений пользователей к информации для обработки методов доступа;

Б) обход существующих механизмов защиты;

В) скрытая передача некоторой информации путем ее размещения в разрешенной информации;

Г) модификация программного обеспечения путем добавления новых функций.

11. Понятие аутентификации:

А) процесс, в ходе которого требование на проведение трансакции одобряется или отклоняется платежной системой;

Б) подтверждение того, что контрагенты являются теми, за кого они себя выдают;

В) проверка прав пользователя на осуществление транзакций, проводимая в точке обслуживания.

Раздел 4:

1. Существуют следующие мнения на проблему правового регулирования электронной коммерции в России в настоящее время:

А) законодательного регулирования на требуемом уровне не существует;

Б) существует достаточная правовая база и необходимо принять лишь некоторые дополнительные законы;

В) существуют различные мнения на проблему правового регулирования электронной коммерции.

2. Проблемой правового регулирования электронной коммерции является:

А) форма и способ оплаты товара или услуги;

Б) электронная подпись;

В) способ доставки товара или услуги.

3.Субъектами регулирования электронных сделок являются:

А) интернет – магазин, провайдер, процессинговый цент платежной системы;

Б) физическое лицо, юридическое лиц;

В) договор в электронной форме, электронные деньги, электронная подпись.

4.Требования к оферте:

А) понятность условия заключения сделки, легкая определимость условий поставки, условия оплаты;

Б) разработанность порядка заключения сделки, цена товара, количество товара;

В) нахождение условий оферты только на сайте компании, сроки доставки, способ платежа.

5.Сопутствующими проблемами правового регулирования электронной коммерции являются:

А) защита прав потребителя, определение субъектов электронных сделок, доменные имена;

Б) аспекты международного сотрудничества, порядок отзыва ошибочного акцепта;

В) защита прав потребителей, совпадение доменных имен с названием фирмы, несовпадение практики международного сотрудничества с национальной практикой электронной торговли.

6.Одной из международной конвенций по защите авторских прав является:

А) Стокгольмская;

Б) Пекинская;

В) Швейцарская;

Г) австралийская;

6.Коммерческую тайну организации могут составлять сведения:

А) размер оплаты труда в организации;

Б) учредительные документы;

В) планы инвестиций организации;

Г) документы о платежеспособности организации.

7.Согласно российского законодательства электронная подпись бывает:

А) обычной, усиленной;

Б) простая, усиленная;

В) квалифицированная, специализированная.

8.Типовыми нормативными документами ЮНСИТРАЛ являются:

А) законы «Об электронных подписях», «Об электронной торговле»;

Б) законы «Об электронных подписях», «Об электронном документообороте»;

В) законы «Об защите прав потребителей», «О международных платежных системах».

Раздел 5:

1. Push- и Pull-модели коммуникации Internet:

А) Pull модель используется в Internet и в ней используется активная роль потребителя;

Б) Pull модель используется в Internet и в ней используется пассивная роль потребителя;

В) Push модель используется в Internet и в ней используется активная роль потребителя;

Г) Push модель используется в Internet и в ней используется пассивная роль потребителя.

2. Один из факторов, определивший необходимость использования интернет-технологий в маркетинге — это

А) организация собственного интернет-представительства;

Б) улучшение качества товаров и услуг;

В) ценообразование.

3. Интернет-маркетинг представляет собой

А) комплекс мероприятий по исследованию интернет-рынка и эффективному продвижению товаров с помощью современных интернет-технологий;

Б) рост продаж товаров (услуг);

В) увеличение посещаемости Интернет-ресурса.

3. Особенности интернет-маркетинга определяются

А) целевым потребителем;

Б) моделью интернет-бизнеса;

В) целевым рынком.

4. Основной функцией создания корпоративного сайта является

А) только поддержка существующего бизнеса;

Б) только продвижение товаров и услуг компании в сети;

В) поддержка существующего бизнеса и продвижение товаров и услуг компании в сети.

5. Недопустимо, чтобы сайт компании обладал таким свойством, как

А) профессиональный дизайн;

Б) поддержка диалога с клиентами и вовлечение их в дискуссию;

В) нерегулярное обновление информации.

6. Наблюдение в Интернете за посетителями сайта позволяет

А) лишь собрать статистическую информацию о поведении посетителей на сайте и их предпочтениях;

Б) лишь выявить степень заинтересованности посетителей в содержимом сайта;

В) собрать статистическую информацию о поведении посетителей на сайте и их предпочтениях и выявить степень заинтересованности посетителей в содержимом сайта.

7. Наиболее действенный инструмент Интернет-маркетинга — это

А) ценообразование;

Б) интернет-реклама;

В) электронная почтовая рассылка.

8. Один из важнейших инструментов Интернет-маркетинга — это

А) электронная почта;

Б) тестирование;

В) интернет-этикет.

9. Комплекс маркетинговых коммуникаций в Интернете включает в себя

А) рекламу;

Б) стимулирование сбыта;

В) связи с общественностью.

10. Одним из популярных видов интернет-рекламы является

А) реклама с использованием электронной почты;

Б) баннерная реклама;

В) контекстная реклама.

11. Для проведения эффективной рекламной компании необходимо определить

А) цели и задачи;

Б) оценку эффективности;

В) полноту информации.

VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Положение об интерактивных формах обучения (http://www.rea.ru)
Положение об организации самостоятельной работы студентов (http://www.rea.ru)
Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов (http://www.rea.ru)
Положение об учебно-исследовательской работе студентов в ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова" (http://www.rea.ru)

Вид учебных занятий	*Организация деятельности студента*
Лекция	*Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим основополагающим понятиям.*
Практические занятия	*Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.*
Контрольная работа / индивидуальные задания	*Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.*
Рефераты/доклады	*Реферат: Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата.*

VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Формирование балльной оценки по дисциплине «Управление электронным бизнесом»

В соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» распределение баллов, формирующих рейтинговую оценку работы студента, осуществляется следующим образом:

Виды работ	Максимальное количество баллов
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий и рубежный контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)	40
ИТОГО	100

1. Текущий и рубежный контроль

Расчет баллов по результатам текущего и рубежного контроля во 4 семестре:

Форма контроля	**Наименование раздела/ темы, выносимых на контроль**	**Форма проведения контроля**	**Количество баллов, максимально**
1. Текущий и рубежный контроль в 1 модуле*, в т.ч.	Тема 2. Бизнес, бизнес-процессы и их классификация. Классификация систем электронной коммерции по субъектам и объектам Тема 3. Характеристика систем B2C и B2B. Способы доставки товара. Электронная торговля. Инфраструктура. Бизнес-модели Интернет-магазинов и способы их создания	Задания для самостоятельного выполнения №1	**4**
	Тема 4. Характеристика традиционных способов оплаты и электронных платежных систем. Особенности платежных систем. Тема 5. Примеры отечественных электронных платежных систем	Задания для самостоятельного выполнения №2	**4**
	Тема 6. Понятие безопасности в сфере ЭБ. Виды, источники и способы реализации угроз. Тема 7. Технические, организационные и программные средства обеспечения информационной безопасности. Оценка эффективности защиты	Задания для самостоятельного выполнения №3	**3**
	Тема 10. Особенности методов маркетинговых исследований в системах ЭВБ. Тема 11.	Задания для самостоятельного выполнения №4	**4**

	Проведение маркетинговых исследований. Поиск, сбор и обработка маркетинговой информации в процессе работы системы		
	Все темы	Тестирование	**5**
ИТОГО			**20**

2. Творческий рейтинг

Распределение баллов осуществляется по решению методической комиссии кафедры и результат распределения баллов за соответствующие виды работ представляются в виде следующей таблицы:

Наименование раздела/ темы дисциплины	**Вид работы**	**Количество баллов**
Все темы	Доклад/реферат	**10**
Все темы	Подготовка и публикация статей	**10**
ИТОГО		**20**

3. Промежуточная аттестация (зачет)

Зачет по результатам изучения учебной дисциплины «Управление электронным бизнесом» проводится в виде опроса. Студент отвечает на 2 теоретических вопроса. Оценка выставляется согласно следующим критериям:

- правильный ответ на первый вопрос – 20 б.;
- правильный ответ на второй вопрос – 20 б.;

В случае частично правильного ответа на вопрос студенту начисляется определяемое преподавателем количество баллов.

Итоговый балл формируется суммированием баллов за промежуточную аттестацию и баллов, набранных перед аттестацией в каждом семестре отдельно. Приведение суммарной балльной оценки к четырехбальной шкале производится следующим образом:

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

100-балльная система оценки	**Традиционная четырехбалльная система оценки**	**Формируемые компетенции (индикаторы компетенций)**	**Критерии оценивания**
85 – 100 баллов	«отлично»	ПК-11	**Знает верно и в полном объеме:** методы анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации **Умеет верно и в полном объеме:** проводить анализ предметной области, вести базы данных по различным показателям **Владеет навыками верно и в полном объеме:** способами формирования информационного обеспечения участников организационных проектов

		ПК-12	**Знает верно и в полном объеме:** методы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проект **Умеет верно и в полном объеме:** организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами **Владеет навыками верно и в полном объеме:** методами обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)
70 – 84 баллов	«хорошо»	ПК-11	**Знает с незначительными замечаниями:** методы анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации **Умеет с незначительными замечаниями:** проводить анализ предметной области, вести базы данных по различным показателям **Владеет навыками с незначительными замечаниями:** способами формирования информационного обеспечения участников организационных проектов
		ПК-12	**Знает с незначительными замечаниями:** методы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проект **Умеет с незначительными замечаниями:** организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами **Владеет навыками с незначительными замечаниями:** методами обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)
50 – 69 баллов	«удовлетвори-тельно»	ПК-11	**Знает на базовом уровне, с ошибками:** методы анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации **Умеет на базовом уровне, с ошибками:** проводить анализ предметной области, вести базы данных по различным показателям **Владеет на базовом уровне, с ошибками:** способами формирования информационного обеспечения участников организационных проектов
		ПК-12	**Знает на базовом уровне, с ошибками:**

			методы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проект **Умеет на базовом уровне, с ошибками:** организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами **Владеет на базовом уровне, с ошибками:** методами обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)
менее 50 баллов	«неудовлетвори-тельно»	ПК-11	**Не знает на базовом уровне:** методы анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации **Не умеет на базовом уровне:** проводить анализ предметной области, вести базы данных по различным показателям **Не владеет на базовом уровне:** способами формирования информационного обеспечения участников организационных проектов
		ПК-12	**Не знает на базовом уровне:** методы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проект **Не умеет на базовом уровне:** организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами **Не владеет на базовом уровне:** методами обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Карта обеспеченности дисциплины «Управление электронным бизнесом»
учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами

Кафедра Торгового дела и информационных технологий
ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ
направленность (профиль) «Менеджмент организации торговли»
Уровень подготовки прикладной бакалавриат

№п/п	Наименование, автор	Выходные данные	Библиотека Пермского института (филиала) РЭУ им Г.В.Плеханова		Количество экземпляров на кафедре (в лаборатории) (шт.)	Числен-ность студентов (чел.)	Показатель обеспеченности студентов литературой: = 1 (при наличии в ЭБС); или =(колонка 4/ колонка 7) (при отсутствии в ЭБС)
			количество печатных экземпляров (шт.)	наличие в ЭБС (да/нет), название ЭБС			
1	2	3	4	5	6	7	8
Основная литература							
1.	Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов.	М. : Издательство Юрайт, 2016. — 363 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5931-4.	X	да, ЭБС «Юрайт»	X	X	**1,0**
	Всего						
Дополнительная литература							
1.	Организация розничной торговли в сети Интернет: Учебное пособие / Л.А. Брагин, Т.В. Панкина.	М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 120 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-8199-0566-1,	X	да, ЭБС «ZNANIUM»	X	X	**1,0**
2.	Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л.	М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 336 с. - ISBN 978-5-394-02405-4 -	X	да, ЭБС «ZNANIUM»	X	X	**1,0**

	Коданина. — 2-е изд., перераб. и доп.						
3.	Основы коммерции: Учебное пособие / Г.А. Яковлев	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Обложка) ISBN 978-5-16-010331-0	X	да, ЭБС «ZNANIUM»	X	X	**1,0**
4.	Современные информационно-коммуникационные технологии для успеш. ведения бизнеса: Учеб. / Ю.Д.Романова и др	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 279 с.: 60x90 1/16 + (Доп. мат. znanium.com). - (Учеб. для прогр. MBA). (п) ISBN 978-5-16-006873-2	X	да, ЭБС «ZNANIUM»	X	X	**1,0**
	Всего						
Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы							
1	Гарант						
2	Консультант плюс						
	Всего						

Зав. кафедрой /Писарева Е.В.
(подпись) (Ф.И.О.)
«31» мая 2018г.

Согласовано:

Зав. библиотекой /Любимова Л.Б.
(подпись)
«31» мая 2018г.