

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет информатики и информационных технологий

Кафедра прикладной информатики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Интернет-предпринимательство»

Образовательная программа
09.03.03 Прикладная информатика
Профиль подготовки
Прикладная информатика в экономике и управлении

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Форма обучения
очная

Статус дисциплины: *входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений*

Махачкала, 2022

Рабочая программа дисциплины «**Интернет-предпринимательство**» составлена в 2022 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО – бакалавриат по направлению **09.03.03 Прикладная информатика**, приказ Минобрнауки России от «19» сентября 2017 г. № 922.2021

Разработчик: кафедра Прикладной информатики, Муртилова К.М., к.э.н., доцент

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры ПИ от «22» марта 2022г., протокол № 7

Зав. кафедрой



Камилов М-К.Б.

(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета ИиИТ от
«22» марта 2022г., протокол №7.

Председатель



Бакмаев А.Ш.

(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением.

Начальник УМУ



Гасангаджиева

А.Г. (подпись)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Интернет-предпринимательство» входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений *бакалавриата* по направлению **09.03.03 Прикладная информатика по профилю «Экономика и управление»**.

Дисциплина реализуется на факультете информатики и информационных технологий кафедрой прикладной информатики.

Содержание дисциплины охватывает вопросы практики использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, электронного бизнеса и с целью продажи продукта или услуги покупателям и управления взаимоотношениями с ними и реализации задач по продвижению бизнеса.

Интернет-предпринимательство включает в себя такие направления, как продвижение в социальных сетях (**SMM**), оптимизация сайта для поисковых систем (**SEO**), email маркетинг, маркетинг в поисковых системах (**SEM**), входной маркетинг, **партнёрский маркетинг** и другие виды итд.

При использовании интернет-представительства не требуются физические контакты, что снижает затраты на содержание офисов или представительств.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: – УК-2, УК-6, ОПК-6

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: *лекции, лабораторные занятия, самостоятельная работа.*

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме *контрольной работы, тестирования, устного опроса, коллоквиума и пр.* и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 4 зе

Семес тр	Учебные занятия							Форма проме- жуточной атте- стации
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем						СРС, в том числе экзамен	
	Все го	из них						
		Лекц ии	Лаборатор ные заня- тия	Практич еские занятия	КСР	консульта ции		
7	54	14	26	14			18	экзамен

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	дать студентам базовую подготовку по технологиям осуществления электронного бизнеса и навыкам по их применению.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.01.09

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	<ul style="list-style-type: none"> – понятие и функции электронной торговли; – структуру рынка электронной торговли; – рыночное регулирование деятельности предприятия в сфере электронной торговли; – стратегии сбыта и организацию системы товародвижения и продаж; – базовые технологии электронной коммерции; – основные тенденции развития электронной коммерции.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	<ul style="list-style-type: none"> – анализировать рыночную ситуацию; – использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач; – осуществлять разработку рыночной стратегии и тактики на электронном рынке; – разрабатывать стратегию сбытовой деятельности организации в сфере электронной торговли; – создавать систему коммуникаций по продвижению товаров и услуг на электронном рынке; – пользоваться электронными деньгами; – разрабатывать интернет-магазин.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<ul style="list-style-type: none"> – применения методов исследования конъюнктуры электронного рынка, изучения поведения потребителей и способов воздействия на него; – совершенствования информационного обеспечения маркетинговой деятельности; – выявления наиболее востребованных сегментов электронного рынка; – создания интернет-магазина.

4. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

Компетенции и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций (в соответствии с ОПОП)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Процедура освоения
---	---	--	---------------------------

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<p>УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике -</p> <p>УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски</p>	<p>- Знает: ресурсные ограничения экономического развития, источники повышения производительности труда. технического и технологического прогресса. показатели экономического развития и экономического роста;</p> <p>- Умеет: решать типичные задачи в сфере личного экономического и финансового планирования, возникающие на всех этапах жизненного цикла.</p>	Устный опрос, тестирование, лабораторные работы
--	---	---	---

4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Содержание разделов учебной дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела в дидактических единицах
5	1	Информационные технологии и их роль в становлении электронного бизнеса.	Определение электронного бизнеса. Составляющие электронного бизнеса. Задачи, решаемые при помощи электронного бизнеса. Розничная и оптовая торговля в электронном бизнесе.
	2	Информационные сети электронного бизнеса.	Типы информационных сетей. Классификация информационных сетей торговых предприятий. Протоколы обмена информацией. Основные типы подключений предприятий к сети Интернет.
	3	Модели ведения электронного бизнеса.	Участники деловых операций. Электронные торговые площадки (ЭТП). Возможности и преимущества ЭТП. Характеристики основных ЭТП модели B2C. Характеристики основных ЭТП, модели B2B, B2G.G2B.

4	Система электронного обмена данными.	Электронный документооборот. Возможности ЭД. Необходимость стандартизации ЭД.
5	Отечественные классифи-	Регистрационные коды. Коды статистики. Коды

5		каторы обмена данными в электронном бизнесе .	товарной номенклатуры. Коды налоговой информации. Финансовая информация. Банковская информация.
	6	Международные стандарты и классификаторы в области электронного бизнеса.	Международные организации по стандартизации. ISO, ее стандарты и сертификаты. Международная торговая номенклатура. Международные правила толкования торговых терминов- ИНКОТЕРМС.
	7	Автоматизация идентификации товаров.	Штриховое кодирование. Возможности кодирования. Радиочастотная идентификация RFID. Индустриальные терминалы сбора данных. Программное обеспечение ТСД.
	8	Электронные платежи и системы электронных платежей.	Электронные платежи. Характеристика систем электронных платежей. Платежные инструменты. Виды платежных систем. Отечественные ЭПС и их характеристика. Характеристика платежных систем, работающих с банковскими пластиковыми картами. Интегрированные платежные системы. Платежные терминалы коммерческих организаций.
	9	Правовые основы электронного бизнеса.	Инструменты правового регулирования взаимоотношений в электронном бизнесе. Сферы правового регулирования. Международные правовые системы. Правовые нормы ведения электронного бизнеса в России.
	10	Безопасность в информационных системах.	Безопасность предприятия. Информационная безопасность. Основные меры информационной безопасности. Электронная цифровая подпись. Отечественные средства защиты информации.
	11	Информационное обеспечение управления.	Информационное обеспечение предприятий малого бизнеса. Краткая характеристика ИС, предназначенная для управления торговыми предприятиями СМБ.
	12	Электронные документы, используемые в электронном бизнесе.	Определение сделки. Виды и формы сделок. Виды договоров. Купли- продажи в электронной торговле. Формы основных документов при совершении коммерческих транзакций. Документы, используемые при совершении простой закупки.
	13	Маркетинг и реклама с использованием информационных сетей.	Цели электронного маркетинга. Маркетинговые исследования внешней среды предприятия. Инструменты маркетинговых коммуникаций: Телеконференции. Реклама в Интернет.

4.2. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Л	ЛР	ПЗ	СРС	всего	
5	1	Информационные технологии и их роль в становлении электронного бизнеса.	1	2	1		10	Текущий контроль: 1 неделя – защита ЛР №1
	2	Информационные сети электронного бизнеса.	1	2	1	2	10	Текущий контроль: 2 неделя – защита ЛР №2
	3	Модели ведения электронного бизнеса.	1	2	1	2	10	Текущий контроль: 3 неделя – защита ЛР №3
	4	Система электронного обмена данными.	2	2	2	2	11	Текущий контроль: 4 неделя – защита ЛР №4
	5	Отечественные классификаторы обмена данными в электронном бизнесе.	1	2	1		10	Текущий контроль: 5 неделя – защита ЛР №5
	6	Международные стандарты и классификаторы в области электронного бизнеса.	2	2	2	2	11	Текущий контроль: 6 неделя – защита ЛР №6
	7	Автоматизация идентификации товаров.	1	2	1	2	9	Текущий контроль: 7 неделя – защита ЛР №7
	8	Электронные платежи и системы электронных платежей.	2	2	2	2	10	Текущий контроль: 8 неделя – защита ЛР №8
	9	Правовые основы электронного бизнеса.	1	2	1	2	7	Текущий контроль: 9 неделя – защита ЛР №9
	10	Безопасность в информационных системах.	1	2	1		7	Текущий контроль: 10 неделя – защита ЛР №10
	11	Информационное обеспечение управления.	1	2	1	2	7	Текущий контроль: 11 неделя – защита ЛР №11
	12	Электронные документы, используемые в электронном бизнесе.	1	2	1	2	7	Текущий контроль: 12 неделя – защита ЛР №12
	13	Маркетинг и реклама с использованием информационных сетей.	1	2	1		7	Текущий контроль: 13 неделя – защита ЛР №13
		Разделы дисциплины 1-13	14	26		18	108	
		Контроль					36	Экзамен
		ИТОГО	14	26	-	18	144	

4.3 Лабораторные занятия

№ се- местра	№ раз- дела	Наименование раздела учеб- ной дисциплины	Наименование лабораторных ра- бот
5	1	Информационные техноло- гии и их роль в становлении электронного бизнеса.	Информационные технологии.
	2	Информационные сети элек- тронного бизнеса.	Информационные сети.
	3	Модели ведения электрон- ного бизнеса.	Электронные торговые площад- ки.
	4	Система электронного обмен- а данными.	Электронный обмен данными.
	5	Отечественные классифика- торы обмена данными в электронном бизнесе.	Регистрационные коды.
	6	Международные стандарты и классификаторы в области электронного бизнеса.	Стандарты и сертификаты ISO.
	7	Автоматизация идентифика- ции товаров.	Штриховое кодирование.
	8	Электронные платежи и си- стемы электронных плате- жей.	Системы электронных платежей.
	9	Правовые основы электрон- ного бизнеса.	Инструменты правового регули- рования.
	10	Безопасность в информаци- онных системах.	Электронная цифровая подпись.
	11	Информационное обеспече- ние управления.	Информационные системы для СМБ.
	12	Электронные документы, используемые в электрон- ном бизнесе.	Виды и формы сделок в элек- тронном бизнесе.
	13	Маркетинг и реклама с ис- пользованием информаци- онных сетей.	Инструменты маркетинговых коммуникаций.
		ИТОГО в семестре	

4.3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕН-

Виды самостоятельной работы студента

№ се- местра	№ раз- дела	Наименование раздела	Виды СРС
5	1	Информационные технологии и их роль в становлении электронного бизнеса.	Подготовка к защите лабораторных работ, работа с контрольными вопросами по тематике лабораторной работы. Подбор и изучение материала кратко изложенного в соответствующем тематическом разделе.
	2	Информационные сети электронного бизнеса.	Подбор и изучение материала, кратко изложенного в соответствующем тематическом разделе. Подготовка к защите лабораторных работ, работа с контрольными вопросами по тематике лабораторной работы.
	3	Модели ведения электронного бизнеса.	Подбор и изучение материала, кратко изложенного в соответствующем тематическом разделе. Подготовка к защите лабораторных работ, работа с контрольными вопросами по тематике лабораторной работы.
	4	Система электронного обмена данными.	Подготовка к защите лабораторных работ, работа с контрольными вопросами по тематике лабораторной работы. Подбор и изучение материала кратко изложенного в соответствующем тематическом разделе.
	5	Отечественные классификаторы обмена данными в электронном бизнесе.	Подбор и изучение материала, кратко изложенного в соответствующем тематическом разделе. Подготовка к защите лабораторных работ, работа с контрольными вопросами по тематике лабораторной работы.
	6	Международные стандарты и классификаторы в области электронного бизнеса.	Подготовка к защите лабораторных работ, работа с контрольными вопросами по тематике лабораторной работы. Подбор и изучение материала кратко изложенного в соответствующем тематическом разделе.
	7	Автоматизация идентификации товаров.	Подбор и изучение материала, кратко изложенного в соответствующем тематическом разделе. Подготовка к защите лабораторных работ, работа с контрольными вопросами по тематике лабораторной работы.
	8	Электронные платежи и системы электронных платежей.	Подготовка к защите лабораторных работ, работа с контрольными вопросами по тематике лабораторной работы. Под-

			бор и изучение материала кратко изложенного в соответствующем тематическом разделе.
	9	Правовые основы электронного бизнеса.	Подготовка к защите лабораторных работ, работа с контрольными вопросами по тематике лабораторной работы. Подбор и изучение материала кратко изложенного в соответствующем тематическом разделе.
	10	Безопасность в информационных системах.	Подбор и изучение материала, кратко изложенного в соответствующем тематическом разделе. Подготовка к защите лабораторных работ, работа с контрольными вопросами по тематике лабораторной работы.
	11	Информационное обеспечение управления.	Подготовка к защите лабораторных работ, работа с контрольными вопросами по тематике лабораторной работы. Подбор и изучение материала кратко изложенного в соответствующем тематическом разделе.
	12	Электронные документы, используемые в электронном бизнесе.	Подбор и изучение материала, кратко изложенного в соответствующем тематическом разделе. Подготовка к защите лабораторных работ, работа с контрольными вопросами по тематике лабораторной работы.
	13	Маркетинг и реклама с использованием информационных сетей.	Подготовка к защите лабораторных работ, работа с контрольными вопросами по тематике лабораторной работы. Подбор и изучение материала кратко изложенного в соответствующем тематическом разделе.
		Всего	

5. Образовательные технологии

Образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебной работы по дисциплине «Теория систем и системный анализ» предусматривают широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий. Лекции с проблемным изложением проводятся с применением мультимедийного оборудования в виде презентаций. Данные лекции доступны для обучающихся при подготовке к разного вида контролю и СРС.

В учебном процессе широко применяются компьютерные технологии. Поэтому все занятия проводятся в лаборатории, оборудованной ПК и мультимедийным оборудованием.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Изучение курса предусматривает работу с основной специальной литературой, дополнительной обзорного характера, а также выполнение домашних заданий. Само-

стоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике. Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

(указывается список учебно-методических материалов, которые помогают обучающемуся организовать самостоятельное изучение тем (вопросов) дисциплины, приводится перечень собственных материалов, к которым студент имеет возможность доступа)

(основная литература – О; дополнительная литература – Д; Интернет –ресурсы – И)

Темы, выносимые на самостоятельное изучение (очная форма обучения)

7. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания
См. приложение
5.2. Темы письменных работ (эссе, рефераты, лабораторные работы и др.)
См. приложение
5.3. Фонд оценочных средств
См. приложение
Приложения
Приложение 1. ФОС каф ПИ.docx

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

Лабораторная работа № 1

Цель лабораторной работы № 1 – определить субъектов, различные формы предпринимательской деятельности и подходы к ней.

1. В каком случае некоммерческая организация является субъектом коммерческой деятельности? Ответ обоснуйте.
2. В чем заключается отличие коммерции от торговли?
3. Физическое лицо, не являющееся предпринимателем, реализует через сайт объявлений личное имущество. Является ли это лицо участником коммерческой деятельности?

4. Является ли производственный кооператив субъектом предпринимательской деятельности?
5. Может ли лицо, не достигшее совершеннолетия, совершать мелкие бытовые сделки?
6. Общество с ограниченной ответственностью (ООО) продано физическому лицу. Объектом или субъектом сделки является данное ООО?
7. Рассмотрение деятельности внутри организации с точки зрения потребителя осуществляется в рамках системного или процессного подхода?

Лабораторная работа № 2

Цель лабораторной работы № 2 – научиться отличать электронный бизнес от электронной торговли и проводить анализ деятельности коммерческих организаций в сети Интернет.

1. Проанализировать несколько сайтов компаний, осуществляющих деятельность в системе электронного бизнеса. Какие основные цели они преследуют при выходе на электронный рынок? Ответ обоснуйте.
2. Найти в Интернете 10 коммерческих организаций с различным соотношением электронного и традиционного видов бизнеса и опишите задачи, объем и структуру их операций в сети Интернет.
3. Определить, к электронному бизнесу или к электронной торговле относится их деятельность?
4. Подробно описать следующие элементы их сайтов: главную страницу, объем и структуру коммерческой и иной информации, каталог товаров или услуг.

Лабораторная работа № 3

Цель лабораторной работы № 3 – выработать умение отличать различные сектора электронного бизнеса и анализировать их деятельность.

1. Найти в глобальной сети 5 предприятий, относящихся к сектору B2B, проанализировать показатели их деятельности, выявить основные отличия от других секторов.
2. Найти в сети Интернет 5 предприятий, осуществляющих деятельность в секторе B2C. Подробно описать их деятельность и выявить ее особенности.
3. В глобальной сети изучить специфику функционирования одной из электронных площадок сектора C2C. Определить, каким образом складывается ее доход. Сделать выводы.

Лабораторная работа № 4

Цель лабораторной работы № 4 – выработать исходные критерии и базовые показатели для создания интернет-магазина.

1. Выбрать вид деятельности для создаваемого предприятия. Подробно расписать деятельность по следующей схеме:

- форма собственности и наименование организации;
- вид деятельности, а также описание предлагаемых товаров или услуг;
- используемое оборудование.

2. Проанализировать рынок аналогичных товаров или услуг на уровне региона за последние 5 лет (если региональная оценка невозможна, то на уровне страны). Выявить причины снижения или увеличения реализации данного товара (услуги) в течение исследуемого периода.

3. Подробно описать потенциального потребителя вашего товара (услуги): возраст, пол, доход, привычки, предпочтения, образ жизни.

4. Найти в сети Интернет 5 компаний (желательно в этом же регионе), осуществляющих подобный вид деятельности, проанализировать их слабые и сильные стороны. Полученные результаты занести в таблицу.

5. Определить преимущества создаваемой компании перед рассмотренными конкурентами.

6. Разработать рекламную политику для данного предприятия.

Лабораторная работа № 5

Цель лабораторной работы № 5 – научиться создавать сайт организации с использованием интернет-платформ.

1. Выбрать платформу для создания веб-сайта (WIX, JIMDO, SITE 123, SIMPLE-SITE и др.).

2. На одной из вышеперечисленных платформ выбрать шаблон.

3. Контент сайта должен включать:

- фронт-офис с описанием деятельности;
- каталог товаров (услуг) с изображением, описанием и ценой;
- возможность загрузки потребительской корзины;
- бэк-офис, включающий контакты, условия доставки, условия оплаты, условия возврата.

Лабораторная работа № 6

Цель лабораторной работы № 6 – уметь выбрать наиболее эффективные способы интернет-рекламы.

1. В глобальной сети найти примеры основных видов интернет-рекламы.

2. Определить особенности контекстной рекламы.

3. Выявить специфику баннерной рекламы.
4. Описать характерные черты E-mail-рекламы.
5. Как рассчитывается эффективность каждого вида рекламы?

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Электронная экономика представляет собой:
 - а) экономическую деятельность, основанную на цифровых технологиях;
 - б) деятельность, основанную на цифровых технологиях;
 - в) деятельность по купле-продаже товаров и услуг, основанную на цифровых технологиях.

2. Электронный бизнес – это:
 - а) бизнес, осуществляемый через сеть Интернет;
 - б) бизнес-модель, в которой бизнес-процессы, обмен бизнес-информацией и коммерческие транзакции автоматизируются с помощью информационных систем;
 - в) бизнес-модель, в которой коммерческие транзакции автоматизируются;
 - г) обмен бизнес-информацией с помощью информационных систем.

3. Электронная торговля – это:
 - а) осуществление деятельности через Интернет;
 - б) осуществление торгово-закупочной деятельности через Интернет;
 - в) осуществление виртуальной деятельности через Интернет;
 - г) осуществление виртуальной торгово-закупочной деятельности через Интернет.

4. Электронная коммерция это сфера экономики, которая включает в себя:
 - а) все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций;
 - б) только торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций;
 - в) все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей.

5. Сектор B2B – это:

- а) сектор электронного бизнеса, в котором в качестве субъектов выступают физические лица;
- б) взаимодействие между продавцами и покупателями, одним из которых является коммерческое предприятие, а другим - физическое лицо;
- в) взаимодействие между покупателями и продавцами в лице коммерческих организаций;
- г) сектор электронного бизнеса, в котором в качестве субъектов выступают органы государственной власти.

6. Сектор B2C представляет собой:

- а) взаимодействие между продавцами и покупателями, одним из которых является коммерческое предприятие, а другим - физическое лицо;
- б) сектор электронного бизнеса, в котором в качестве субъектов выступают физические лица;
- в) взаимодействие между покупателями и продавцами в лице коммерческих организаций;
- г) сектор электронного бизнеса, в котором в качестве субъектов выступают органы государственной власти.

7. Сектор C2C является:

- а) сектором электронного бизнеса, в котором в качестве субъектов выступают органы государственной власти;
- б) взаимодействием между продавцами и покупателями, одним из которых является коммерческое предприятие, а другим - физическое лицо;
- в) взаимодействием между покупателями и продавцами в лице коммерческих организаций;
- г) сектором электронного бизнеса, в котором в качестве субъектов выступают физические лица.

8. Корпоративный информационный портал – это:

- а) пакет программного обеспечения, распознаваемый компьютером как единое целое;
- б) программа, которая предназначена для просмотра веб-страниц;
- в) пакет программного обеспечения, дающий компании возможность обеспечивать при помощи WEB - браузера доступ к информации внутренних и внешних сетей;

г) всемирная информационная компьютерная сеть, связывающая между собой пользователей компьютерных сетей.

9. Электронная торговая площадка представляет собой:

а) программно-аппаратный комплекс организационных, информационных и технических решений, обеспечивающих взаимодействие продавца и покупателя через электронные каналы связи;

б) пакет программного обеспечения, дающий компании возможность обеспечивать электронную торговлю;

в) программа, которая предназначена для осуществления электронной торговли;

г) площадка, предназначенная для взаимодействия продавца и покупателя.

10. Интернет-магазином является:

а) программа, которая предназначена для осуществления электронной торговли;

б) сайт, торгующий товарами посредством сети Интернет;

в) информационная компьютерная сеть, связывающая между собой продавца и покупателя.

11. Виртуальная организация определяется как:

а) коммерческая организация, функционирующая через телекоммуникационные средства;

б) некоммерческая организация, функционирующая через телекоммуникационные средства;

в) организация, существующая как корпоративное, некоммерческое, образовательное или иное объединение, имеющее географический центр и функционирующее через телекоммуникационные средства;

г) организация, существующая как корпоративное, некоммерческое, образовательное или иное объединение, не имеющее географического центра и функционирующее через телекоммуникационные средства.

12. Интернет-аукцион представляет собой:

а) торговую площадку в сети Интернет, на которой цены устанавливаются во время публичных, открытых торгов на основании спроса и предложения.

б) торговую площадку в сети Интернет, на которой цены устанавливаются во время закрытых торгов;

в) торговую площадку в сети Интернет, на которой цены устанавливаются государством.

13. SCM-система – это:

- а) интегрированная система планирования процессов реализации товаров и управления ими;
- б) система организации логистики в электронной торговле;
- в) интегрированная система планирования процессов снабжения и управления ими, которая обеспечивает координацию и контроль деятельности всех участников цепочки снабжения;
- г) интегрированная система планирования процессов реализации товаров и управления ими, которая обеспечивает координацию и контроль деятельности всех участников цепочки реализации.

14. В электронном бизнесе система P2P включает:

- а) технологию построения распределенной сети, где один узел выступает в роли только клиента (получателя информации), а другой только в роли сервера (поставщика информации);
- б) технологию построения распределенной сети, где один узел выступает в роли только клиента (получателя информации), а другой как и в роли клиента, так и в роли сервера (поставщика информации).
- в) технологию построения распределенной сети, где каждый узел может одновременно выступать как в роли клиента (получателя информации), так и в роли сервера (поставщика информации).

15. Сектор B2G – это:

- а) взаимодействие между продавцами и покупателями, одним из которых является коммерческое предприятие, а другим - физическое лицо;
- б) взаимодействие коммерческих организаций с органами государственной власти и местного самоуправления;
- в) взаимодействие между покупателями и продавцами в лице коммерческих организаций;
- г) взаимодействие коммерческих организаций и государственных учреждений.

16. Сектор C2A предполагает:

- а) взаимодействие коммерческих организаций и государственных учреждений
- б) взаимодействие между покупателями и продавцами в лице коммерческих организаций;
- в) взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с потребителями (юридическими и физическими лицами).

г) взаимодействие между продавцами и покупателями, одним из которых является коммерческое предприятие, а другим - физическое лицо.

17. Стратегически медиапланирование представляет собой:

- а) часть маркетинга, которая обеспечивает контакт целевой аудитории с рекламным сообщением;
- б) планирование эфиров в СМИ;
- в) составление плана спонсирования веб-сайтов.

18. Персонализованные электронные средства могут храниться на счетах:

- а) только физических лиц;
- б) только юридических лиц;
- в) физических и юридических лиц.

19. Корпоративные электронные средства могут храниться на счетах:

- а) только физических лиц;
- б) только юридических лиц;
- в) физических и юридических лиц;
- г) юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

20. В электронном бизнесе процессинговый центр:

- а) обрабатывает поступающие от эквайеров и магазинов запросы на авторизацию и протоколы транзакций на основе сведений о лимитах владельцев карточек и обрабатывает запросы на авторизацию;
- б) выпускает электронные карты и гарантирует выполнение финансовых обязательств, связанных с ее использованием;
- в) осуществляет выдачу наличных по карточкам в своих отделениях и через свои банкоматы.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (Экзамен)

№	Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	Дайте определение понятию «Электронная цифровая подпись», назначение	УК-9
2	Назовите виды угроз безопасности информационных технологий.	УК-9
3	Объясните назначение публичных и закрытых ключей электронной подписи, правила обмена и хранения ключей.	УК-9
4	Приведите классификация бизнес-моделей в электронной коммерции.	УК-9
5	Приведите классификация компьютерных сетей торговых предприятий.	УК-9
6	Назовите виды систем электронных платежей, их достоинства и недостатки.	УК-9
7	Объясните, что такое топология компьютерных сетей торговых предприятий.	УК-9
8	История развития электронных денег.	УК-9
9	Перечислите виды угроз безопасности в экономических информационных системах.	УК-9
10	Дайте определение электронным торговым площадкам, перечислите их виды, функции.	УК-9
11	Назовите основные пути несанкционированного доступа к информации.	УК-9
12	Назовите устройства приема/передачи данных в сетях торговых предприятий.	УК-9
13	Перечислите информационные технологии, применяемые в электронной коммерции.	УК-9
14	Сфера применения и сфера деятельности электронной коммерции.	УК-9
15	Электронный бизнес, определение и понятие термина.	УК-9
16	Электронная коммерция в Федеральной программе «Электронная Россия».	УК-9
17	Роль информационных технологий в становлении электронного бизнеса.	УК-9
18	Информационные сети в электронном бизнесе, типы, классификация.	УК-9
19	Назовите виды информационного и экономического взаимодействия.	УК-9
20	Объясните, что такое электронные платежи и системы электронных платежей.	УК-9
21	Объясните, что такое Классификаторы обмена данными в электронной коммерции.	УК-9
22	Автоматизация идентификации товаров, штрих-код, радиочастотная метка.	УК-9

23	Назовите известные вам Электронные системы обмена данными.	УК-9
24	Объясните, что такое Модель ведения электронной коммерции B2C	УК-9
25	Объясните, что такое Модель ведения электронной коммерции B2B	УК-9
26	Назовите Виды интернет магазинов и приведите их классификацию.	УК-9
27	Дайте определение понятия бизнес-план, его содержание и назначение.	УК-9
28	Дайте определение понятия хостинг, объясните его назначение.	УК-9
29	Объясните назначение единой системы идентификации и аутентификации.	УК-9
30	Перечислите задачи, реализуемые национальной платформой распределенной обработки данных.	УК-9
31	Объясните, что такое Электронное правительство, его цели, задачи.	УК-9
32	Назовите, какие информационные технологии используются в современном обществе?	УК-9
33	В чем проявляется взаимодействие информационных технологий и бизнеса?	УК-9
34	Какие экономические выгоды получают участники электронных коммерческих сделок?	УК-9
35	Объясните аббревиатуру EDI и дайте характеристику данной технологии.	УК-9
36	Дайте определение понятиям «электронный бизнес» и «электронная коммерция».	УК-9
37	Перечислите, какие методы защиты используются в платежных системах?	УК-9
38	Опишите возможности и недостатки платежных систем.	УК-9
39	Как можно использовать Интернет для продвижения товаров и услуг на рынке?	УК-9
40	Дайте характеристику интернет-банкингу, интернет-страхованию, интернет-трейдингу.	УК-9
41	Каковы правовые аспекты электронного бизнеса в России?	УК-9
42	Каковы принципы использования электронной подписи?	УК-9
43	Каким образом заключаются договоры с использованием электронных средств?	УК-9
44	Объясните, на каких принципах основана сертификация?	УК-9
45	Назовите и дайте характеристику этапам создания и ведения веб-контента.	УК-9
46	Объясните, в чем особенности разработки структуры сайта электронной коммерции?	УК-9
47	Укажите, какие главные элементы должен содержать сайт или портал электронной коммерции?	УК-9
48	Объясните, в чем особенности статических и динамических сайтов?	УК-9
49	Объясните, какие возможности для создания и ведения контента предоставляют системы управления контентом?	УК-9
50	Назовите формы динамического распространения контента.	УК-9

51	Какие преимущества для создания приложений электронной коммерции дает использование java-технологии?	УК-9
52	Объясните, что включает в себя электронный документооборот?	УК-9
53	Приведите классификацию систем электронного управления документами.	УК-9
54	Дайте определение системе электронного управления документами.	УК-9
55	Назовите преимущества систем электронного документооборота?	УК-9
56	Назовите, какие существуют проблемы внедрения систем электронного документооборота?	УК-9
57	Объясните, каковы функции и принципы работы систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)?	УК-9
58	Назовите бизнес-модели электронного бизнеса, ориентированные на конечного пользователя и бизнес-партнера.	УК-9
59	Назовите, какие модели сетей используют при построении коммуникационной платформы организации?	УК-9
60	Назовите основные бизнес-модели и направления электронного бизнеса.	УК-9
61	Приведите примеры платежных систем. В чем особенности каждой из них?	УК-9

Примерный перечень дополнительных вопросов к экзамену

1. Сущность и основные задачи коммерции.
2. Характеристика субъектов коммерческой деятельности.
3. Понятие торговой организации и ее основные признаки.
4. Классификация торговых организаций.
5. Сущность процессного подхода и основные виды процессов в коммерции.
6. Системный подход и особенности его реализации в коммерческой деятельности.
7. Этапы развития электронной торговли.
8. Отличительные признаки электронной торговли от электронного бизнеса.
9. Основные понятия и процессы электронной коммерции.
10. Основные модели электронной торговли.
11. Модель B2B.
12. Модель B2C.
13. Модель C2C.
14. Основные модели взаимодействия граждан и государства(B2A, B2G, C2A, C2G).
15. ERP-система
16. Этапы и участники внедрения ЭК.

17. Этапы создания и внедрения приложений электронной торговли.
18. Понятие и основные характеристики интернет-рекламы.
19. Понятие и цели поисковой оптимизации сайтпромоутинга.
20. Основные понятия и пути увеличения релевантности веб-ресурса.
21. Методы и последствия спамдексинга.
22. Баннерная реклама: понятие, достоинства и недостатки.
23. Понятие и этапы логистики.
24. Автоматизированная система управления цепочками поставок.
25. Оптимальная структура материального потока интернет-магазина.
26. Направления совершенствования электронной торговли.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1. 1	Бугорский В.Н.	Сетевая экономика: учеб. пособие для вузов	М.: Финансы и статистика, 2008	http://institutiones.com/download/books/861-setevaya-economica.html
Л1. 2	Васильев, Г.А.	Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие	М. : Юнити-Дана // ЭБС Университетская библиотека online, 2012	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447406
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2. 1	В. Н. Ясенев	Информационные системы и технологии в экономике: учеб. пособие для вузов	М.: ЮНИТИ-[ДАНА]/ ЭБС "ONLINE", 2008	
Л2. 2	Трофимов В.В.	Информационные системы и технологии в экономике и управ-	Юрайт, 2012	https://bgkpsm.belstu.by/Portals/30/Book/Technologies/Informatsionnyye-tehnologii--Trofimov-.pdf

		лении: учеб. пособие		
6.1.3. Дополнительные источники				
	Авторы	Заглавие	Издатель- ство, год	Эл. адрес
ЛЗ. 1	Иванов Е.Ю.	Электронный курс Сетевая экономика: Электронная методическая разработка для студентов	АлтГУ, 2012	https://10.0.12.10
Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Электронный бизнес		https://ru.wikipedia.org/wiki/Электронный_бизнес	
Э2	Электронный бизнес		www.seun.ru/content/learning/4/science/1/doc/Demina_Elektronnij_biznes.pdf	
Э3	Электронный бизнес		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1898	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office Microsoft Windows 7-ZIP AcrobatReader Chrome; http://www.chromium.org/chromium-os/licenses				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационная справочная система: СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или http://www.consultant.ru/). Профессиональные базы данных: 1. Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com); 2. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); 3. Научная электронная библиотекаelibrary(http://elibrary.ru)				

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.1	Бугорский В.Н.	Сетевая экономи- ка: учеб. пособие для вузов	М.: Финансы и статистика, 2008	http://institutiones.com/download/books/861-setevaya-economica.html
ЛП.2	Васильев, Г.А.	Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие	М. : Юнити- Дана // ЭБС Университетская библиотека online, 2012	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447406
6.1.2. Дополнительная литература				

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	В. Н. Яснев	Информационные системы и технологии в экономике: учеб. пособие для вузов	М.: ЮНИТИ-ДАНА/ ЭБС "ONLINE", 2008	
Л2.2	Трофимов В.В.	Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учеб. пособие	Юрайт, 2012	https://bgkpsm.belstu.by/Portals/30/Book/Technologies/Informatsionnyye-tekhnologii--Trofimov-.pdf

6.1.3. Дополнительные источники

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л3.1	Иванов Е.Ю.	Электронный курс Сетевая экономика: Электронная методическая разработка для студентов	АлтГУ, 2012	https://10.0.12.10

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Электронный бизнес	https://ru.wikipedia.org/wiki/Электронный_бизнес
Э2	Электронный бизнес	www.seun.ru/content/learning/4/science/1/doc/Demina_Elektronnij_biznes.pdf
Э3	Электронный бизнес	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1898

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office
 Microsoft Windows
 7-ZIP
 AcrobatReader
 Chrome; <http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационная справочная система:
 СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или <http://www.consultant.ru/>).
 Профессиональные базы данных:
 1. Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>);
 2. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>);
 3. Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Научная электронная библиотека. <http://elibrary.ru> (14.03.2018)
2. Федеральная служба государственной статистики. <http://www.gks.ru/>
3. Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] /

Даг. гос. ун-т. – Махачкала, г. – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.dgu.ru/> (дата обращения: 12.03.2018).

4. Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т.– Махачкала, 2010 – Режим доступа: <http://elib.dgu.ru/> (дата обращения: 12.03.2018).

5. Marketer.ru - <http://www.marketer.ru/>

6. Новости маркетинга - <http://www.marketingnews.ru> Новый маркетинг - <http://new-marketing.ru> Энциклопедия маркетинга - <http://www.marketing.spb.ru>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины Для теоретического и практического усвоения дисциплины большое

значение имеет самостоятельная работа студентов, которая может осуществляться студентами индивидуально и под руководством преподавателя. Самостоятельная работа студентов направлена на более глубокое усвоение изучаемого курса, формирование навыков исследовательской работы и ориентирование студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы составляются по разделам и темам, по которым не предусмотрены аудиторские занятия, либо требуют дополнительной проработки и анализа материала в объеме запланированных часов. Самостоятельная работа студентов может осуществляться в виде:

- конспектирования учебной, научной и периодической литературы;
- проработки учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературы);
- подготовки докладов к семинарам и практическим занятиям, участию в тематических дискуссиях;
- выполнения контрольных работ; - решения практических задач;
- выполнение лабораторных работ;
- работы с тестами и контрольными вопросами для самопроверки; -обработки и анализа статистической информации; - моделирования и анализа конкретных проблемных ситуаций.

Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при модульной и промежуточной аттестации обучающегося (зачет).

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

В банке данных электронной библиотеки вуза размещены рабочая программа дисциплины, вопросы для итогового контроля знаний.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Компьютерный класс с установленным программным обеспечением и доступом в сеть Интернет, рекомендовано наличие проекционного оборудования (проектор и проекционный экран)