

**Министерство образования и науки Российской Федерации**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

**ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ**

**УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ (ТУСУР)**

Кафедра автоматизации обработки информации

## **ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС**

Методические указания к лабораторным работам

и по организации самостоятельной работы для студентов направления

«Бизнес-информатика» (уровень бакалавриат)

Томск, 2012

Бараксанов Дмитрий Николаевич

Электронный бизнес: Методические указания к лабораторным работам и по организации самостоятельной работы для студентов направления «Бизнес-информатика» (уровень бакалавриат) / Д.Н. Бараксанов. – Томск, 2012. – 10 с.

© Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2012

© Бараксанов Д.Н., 2012

## Содержание

1. Основные положения.....	4
2. Лабораторные работы.....	4
2.1. Маркетинговые исследования размера аудитории потенциальных покупателей магазина.....	4
2.2. Анализ действующих Интернет-магазинов.....	5
2.3. Системы предоставляющие сервисы аренды торговых площадок.....	6
2.4. Готовые решения создания интернет-магазина.....	7
2.5. Разработка интернет-магазина «на заказ».....	8
2.6. Планирование рекламной компании в Интернете.....	8
3. Индивидуальное задание.....	9
4. Рекомендуемая литература.....	10

## **1. Основные положения**

Закрепление теоретических знаний по курсу предполагается проводить в виде лабораторных работ и выполнения индивидуального занятия в рамках самостоятельной работы студентов.

При выполнении лабораторных работ студентами усваиваются и закрепляются отдельные разделы курса по электронной коммерции. Лабораторные работы выполняются на ПЭВМ, результаты лабораторных работ оформляются в виде отчетов.

Выполнение индивидуального задания предполагает студентом конкретных проектных решений на основе теоретических знаний и результатах выполнения лабораторных работ. Индивидуальные задания выполняются во внеучебное время (самостоятельная работа).

Защита индивидуальных заданий и лабораторных работ предусматривает как объяснение полученных результатов, так и ответы по разделам теории, на основе которой они получены.

## **2. Лабораторные работы**

### **2.1. Маркетинговые исследования размера аудитории потенциальных покупателей магазина**

**Цель работы.** Выполнение лабораторной работы ориентировано на получение практических навыков использования вторичных источников маркетинговой информации в Интернет. В результате выполнения лабораторной работы должен быть выбран товар (или группа товаров) предполагаемых к продаже в интернет-магазине, а также расчетный показатель потенциальной аудитории пользователей в зависимости от территории позиционирования интернет-магазина.

#### **Порядок выполнения лабораторной работы.**

1. Выбор и обоснование выбора товара (группы товаров)

предполагаемых к продаже в Интернет-магазине.

2. Выбор и обоснование выбора территории позиционирования деятельности Интернет-магазина.

3. Подбор перечня основных поисковых запросов пользователей по поиску целевого товара (группы товаров) и их количественных характеристик, с учетом географии деятельности интернет-магазина, используя службу «Яндекс.Wordstat».

4. Подготовка отчета по выполнению лабораторной работы.

## **2.2. Анализ действующих Интернет-магазинов**

**Цель работы.** Целью выполнения лабораторной работы является проведение анализа структуры и сервисов действующих интернет-магазинов с точки зрения пользователей.

### **Порядок выполнения лабораторной работы.**

1. Подбор перечня действующих интернет-магазином схожей тематики выбранного товара используя поисковые системы. Необходимо выбрать 3-5 наиболее популярных магазина. Популярность определяется позицией в выдаче результатов поисковой системы.

2. Проведения анализа каждого из выбранных интернет-магазинов по следующим характеристикам:

- посещаемость сайта (используя публичные системы сбора статистики);
- объем и структура каталога товаров;
- удобство поисковой системы;
- механизм оформления заказов;
- механизм регистрации;

- обзор дополнительных сервисов, предоставляемых магазином;
  - возможные варианты оплаты и доставки товаров.
3. Подготовка отчета по выполнению лабораторной работы.

### **2.3. Системы предоставляющие сервисы аренды торговых площадок**

**Цель работы.** Целью работы является проведения анализа действующих систем, предоставляющих сервисы аренды торговых площадок.

#### **Порядок выполнения лабораторной работы.**

1. Подбор перечня систем (3-5 систем), предоставляющих сервисы аренды торговых площадок используя поисковые системы.
2. Проведение анализа каждой из выбранных систем по следующим критериям:
  - стоимость аренды торговой площадки (с учетом необходимости оплаты трафика);
  - возможности по визуализации пользовательского интерфейса (на сколько гибко можно настроить дизайн торговой площадки);
  - наличие и возможности поисковой системы;
  - поддерживаемые механизмы оплаты заказов;
  - механизмы актуализации каталога товаров;
  - наличие и возможности системы регистрации пользователей, а также управления зарегистрированными пользователями;
  - дополнительные сервисы, реализуемые на торговой площадке;
  - ограничения, накладываемые системой.

3. Составление сравнительной таблицы рассматриваемых систем.
4. Подготовка отчета по выполнению лабораторной работы.

#### **2.4. Готовые решения создания интернет-магазина**

**Цель работы.** Целью выполнения лабораторной работы является проведение анализа готовых решений по созданию интернет-магазина.

##### **Порядок выполнения лабораторной работы.**

1. Подбор перечня имеющихся готовых решения создания Интернет-магазина (3-5 систем). Для подбора перечня рекомендуется использовать поисковые системы.

2. Проведение анализа каждого готового решения по следующим критериям:

- стоимость покупки готового решения;
- возможности по визуальному представлению пользовательского интерфейса (уникальность дизайна интернет-магазина);
- возможности по организации каталога товаров, а также имеющиеся механизмы его актуализации;
- наличие и возможности поисковой системы;
- наличие и возможности системы регистрации и авторизации пользователей, а также возможности управления зарегистрированными пользователями;
- механизм оформления заказов;
- поддерживаемые механизмы организации оплаты заказов;
- наличие механизмов организации системы скидок и других «бонусных» мероприятий;
- дополнительные возможности решения и ограничения решения;

- уровень технической поддержки решения;
- ориентировочные затраты на использование и сопровождение готового решения.

3. Составление сравнительной таблицы рассматриваемых систем.

4. Подготовка отчеты по выполнению лабораторной работы.

### **2.5. Разработка интернет-магазина «на заказ»**

**Цель работы:** Целью работы является проведение анализа стоимости и сроков разработки на заказ интернет-магазина с учетом оценки последующих затрат на эксплуатацию и сопровождение решения.

#### **Порядок выполнения лабораторной работы.**

1. Подготовка задания на разработку интернет-магазина.
2. Выбор веб-студий, оказывающих услуги по разработке интернет-магазинов (3-5 студий).
3. Получение информации по ориентировочным срокам и стоимости разработки, размещения и сопровождения интернет-магазина.
4. Изучение вариантов и стоимости размещения интернет-магазина на площадке хостинг-провайдеров (3-5 провайдеров).
5. Составление сравнительной таблицы сроков и стоимости разработки и дальнейшей эксплуатации интернет-магазина.
6. Подготовка отчеты по выполнению лабораторной работы.

### **2.6. Планирование рекламной компании в Интернете**

**Цель работы.** Целью работы является приобретение практических навыков по планированию рекламной компании в Интернет.

#### **Порядок выполнения лабораторной работы.**

1. Формулировка целей рекламной компании.
2. Составление 3-х возможных сценариев проведения рекламной компании. При составлении сценариев необходимо выбрать рекламные площадки, рекламных носителей, способы размещения рекламы. Кроме того, необходимо произвести плановый расчет стоимости каждого сценария.
3. Проведение анализа возможных результатов по каждому сценарию. При проведении анализа необходимо учитывать как достижение поставленных целей рекламной компании, так и получение побочных эффектов.
4. Обоснование выбора наиболее подходящего сценария рекламной компании.
5. Составление отчета по выполнению лабораторной работы.

### **3. Индивидуальное задание**

Индивидуальное задание ориентировано на закрепление теоретических знаний и применение полученных результатов выполнения лабораторных работ при разработке проекта создания интернет-магазина.

#### **Основные этапы выполнения индивидуального задания.**

1. Выбор товара (группы товаров) планируемый для продажи в интернет-магазине.
2. Определение территории позиционирования интернет-магазина и анализ потенциальной аудитории.
3. Проектирование функциональной структуры интернет магазина.
4. Выбор варианта реализации интернет-магазина.
5. Планирование рекламной кампании интернет-магазина.

#### **4. Рекомендуемая литература**

Основная:

1. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете : учебное пособие / В. А. Алексунин, В. В. Родигина. - 3-е изд. - М. : Дашков и К°, 2008. - 213, [3] с. : ил. - Библиогр.: с. 212. - ISBN 978-5-91131-439-2
2. Основы электронной коммерции и интернет-маркетинга: Учебное пособие / Бараксанов Д. Н. – 2011. 132 с.

Дополнительная:

3. Юрасов А.В. Основы электронной коммерции. Учебник для вузов.- М.: Горячая линия-Телеком, 2008. - 480 с.
4. Кобелев О.А. Электронная коммерция: Учебное пособие / Под ред. проф. С. В. Пирогова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006. - 684 с.