МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ П. Е. Троян
«___» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Электронный бизнес

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки (специальность): **38.03.05 Бизнес-информатика**
Направленность (профиль):
Форма обучения: **очная**
Факультет: **ФСУ, Факультет систем управления**
Кафедра: **АОИ, Кафедра автоматизации обработки информации**
Курс: **3**
Семестр: **6**
Учебный план набора 2013 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	6 семестр	Всего	Единицы
1	Лекции	18	18	часов
2	Лабораторные занятия	18	18	часов
3	Всего аудиторных занятий	36	36	часов
4	Из них в интерактивной форме	6	6	часов
5	Самостоятельная работа	36	36	часов
6	Всего (без экзамена)	72	72	часов
7	Общая трудоемкость	72	72	часов
		2.0	2.0	З.Е

Зачет: 6 семестр

Томск 2016

Согласована на портале № 3572

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 299 от «30» 8 2016 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа составлена с учетом требований Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (специальности) 38.03.05 Бизнес-информатика, утвержденного 2016-08-11 года, рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «___» _____ 20__ года, протокол №_____.

Разработчики:

Начальник каф. АОИ _____ Бараксанов Д. Н.

Заведующий обеспечивающей каф. АОИ _____ Ехлаков Ю. П.

Рабочая программа согласована с факультетом, профилирующей и выпускающей кафедрами направления подготовки (специальности).

Декан ФСУ _____ Сенченко П. В.

Заведующий выпускающей каф. АОИ _____ Ехлаков Ю. П.

Эксперты:

Методист кафедры АОИ _____ Коновалова Н. В.

Согласована на портале № 3572

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цели дисциплины

Целями изучения дисциплины «Электронный бизнес» являются формирование у студентов знаний о ключевых понятиях, возможностях и особенностях ведения электронного бизнеса, видах и средствах электронной коммерции, технологиях организации бизнеса и маркетинга в Интернет, основных проблемах и перспективах развития технологий электронного бизнеса.

1.2. Задачи дисциплины

- знакомство с теоретическими основами электронной бизнеса, ключевыми особенностями и перспективами;
- развитие практических навыков моделирования систем электронного бизнеса, анализа существующих проектов и решений;
- изучение основных секторов электронной коммерции и информационных систем, характерных для каждого из секторов;
- изучение методов и инструментов интернет-маркетинга и рекламы в Интернет.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Электронный бизнес» (Б1.Б.33) относится к блоку 1 (базовая часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются следующие дисциплины: IT-бизнес и инновации, IT-маркетинг, Бухгалтерские информационные системы, Деловые коммуникации, Конкурентный анализ, Организация бизнеса на рынках программных продуктов, Управление IT-сервисами и контентом.

Последующими дисциплинами являются: IT- консалтинг, Выпускная квалификационная работа, Информационная безопасность.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ПК-3 выбор рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом;

В результате изучения дисциплины студент должен:

- **знать** сущность электронного бизнеса, основные возможности и преимущества электронного бизнеса, секторы взаимодействия субъектов, методы продвижения в Интернет
- **уметь** проектировать системы электронного бизнеса, анализировать и применять существующие решения, использовать инструменты интернет-маркетинга и рекламы для продвижения товаров и услуг
- **владеть** методами и инструментами маркетинга в Интернет, навыками планирования рекламных компаний в Интернет

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2.0 зачетных единицы и представлена в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		6 семестр
Аудиторные занятия (всего)	**36**	**36**
Лекции	18	18
Лабораторные занятия	18	18
Из них в интерактивной форме	6	6
Самостоятельная работа (всего)	**36**	**36**
Выполнение индивидуальных заданий	14	14
Подготовка к лабораторным работам	18	18
Проработка лекционного материала	4	4

Согласована на портале № 3572

Общая трудоемкость час	72	72
Зачетные Единицы Трудоемкости	2.0	2.0

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Разделы дисциплины и виды занятий приведены в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы дисциплины и виды занятий

№	Названия разделов дисциплины	Лекции	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
1	Электронный бизнес как трансформация традиционных бизнес-процессов	2	0	14	16	ПК-3
2	Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C)	4	8	9	21	ПК-3
3	Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B)	4	4	5	13	ПК-3
4	Осуществление платежей в системах электронной коммерции	2	0	1	3	ПК-3
5	Интернет-маркетинг и реклама в Интернет	6	6	7	19	ПК-3
	Итого	18	18	36	72	

5.2. Содержание разделов дисциплины (по лекциям)

Содержание разделов дисциплин (по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 - Содержание разделов дисциплин (по лекциям)

Названия разделов	Содержание разделов дисциплины по лекциям	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
6 семестр			
1 Электронный бизнес как трансформация традиционных бизнес-процессов	Сущность электронного бизнеса. Достоинства и недостатки. Интернет как катализатор развития электронной коммерции. Классификация систем электронной коммерции.	2	ПК-3
	Итого	2	
2 Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C)	Характеристика систем электронной коммерции потребительского сектора. Интернет-магазин: структура и функции. Основные подходы к способам реализации интернет-магазина. Системы электронной коммерции в индустрии	4	ПК-3

Согласована на портале № 3572

	услуг.		
	Итого	4	
3 Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B)	Корпоративные информационные системы. Системы управления взаимоотношениями с поставщиками (CSM). Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). Корпоративные порталы и инструменты ведения электронного бизнеса в корпоративном секторе. Электронные торговые площадки	4	ПК-3
	Итого	4	
4 Осуществление платежей в системах электронной коммерции	Классификация платежей и платежных систем. Кредитные и дебетовые электронные платежные системы. Основные шаги подключения к платежным системам. Некоторые аспекты безопасности платежей.	2	ПК-3
	Итого	2	
5 Интернет-маркетинг и реклама в Интернет	Понятие интернет-маркетинга. Методы и инструменты проведения маркетинговых исследований в Интернет.	2	ПК-3
	Методы и средства продвижения в Интернет. Ценовые модели размещения рекламы. Медиапланирование и оценка эффективности рекламных кампаний в Интернет.	4	
	Итого	6	
Итого за семестр		18	

5.3. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами представ-лены в таблице 5.3.

Таблица 5.3 - Разделы дисциплины и междисциплинарные связи

№	Наименование дисциплин	№ разделов данной дисциплины, для которых необходимо изучение обеспечивающих и обеспечиваемых дисциплин				
		1	2	3	4	5
Предшествующие дисциплины						
1	IT-бизнес и инновации		+	+	+	+
2	IT-маркетинг					+
3	Бухгалтерские информационные системы			+		
4	Деловые коммуникации	+	+	+		+
5	Конкурентный анализ		+	+		+
6	Организация бизнеса на рынках про-					+

Согласована на портале № 3572

	граммных продуктов					
7	Управление IT-сервисами и контентом	+				
Последующие дисциплины						
1	IT- консалтинг		+	+	+	+
2	Выпускная квалификационная работа		+	+	+	+
3	Информационная безопасность		+	+	+	

5.4. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий представлено в таблице 5.4

Таблица 5. 4 – Соответствие компетенций и видов занятий, формируемых при изучении дисциплины

Компетенции	Виды занятий			Формы контроля
	Лекции	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа	
ПК-3	+	+	+	Отчет по индивидуальному заданию, Отчет по лабораторной работе, Опрос на занятиях, Зачет

6. Интерактивные методы и формы организации обучения

Технологии интерактивного обучения при разных формах занятий в часах приведены в таблице 6.1

Таблица 6.1 – Технологии интерактивного обучения при разных формах занятий в часах

Методы	Интерактивные лабораторные занятия	Всего
Решение ситуационных задач	2	2
Разработка проекта	2	2
Мозговой штурм	2	2
Итого	6	6

7. Лабораторный практикум

Содержание лабораторных работ приведено в таблице 7.1.

Таблица 7. 1 – Содержание лабораторных работ

Названия разделов	Содержание лабораторных работ	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
6 семестр			
2 Системы электронной коммерции	Анализ действующих интернет-магази-	4	ПК-3

Согласована на портале № 3572

в потребительском секторе (B2C)	нов. Проектирование структуры и сервисов интернет-магазина.		
	Выбор и обоснование подхода к реализации интернет-магазина. Проведение исследований имеющихся готовых решений, запрос стоимости реализации решения "на заказ", расчет стоимости реализации собственными силами.	4	
	Итого	8	
3 Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B)	Обзор и анализ существующих CRM-систем.	2	ПК-3
	Обзор торговых B2B площадок, их возможностей и сервисов для компаний.	2	
	Итого	4	
5 Интернет-маркетинг и реклама в Интернет	Осуществление маркетинговых исследований потенциальной аудитории	2	ПК-3
	Разработка рекламной кампании в сети Интернет.	4	
	Итого	6	
Итого за семестр		18	

8. Практические занятия

Не предусмотрено РУП

9. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 9.1.

Таблица 9.1 - Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
6 семестр				
1 Электронный бизнес как трансформация традиционных бизнес-процессов	Выполнение индивидуальных заданий	14	ПК-3	Отчет по индивидуальному заданию
	Итого	14		
2 Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C)	Проработка лекционного материала	1	ПК-3	Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе
	Подготовка к лабораторным работам	8		
	Итого	9		
3 Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B)	Проработка лекционного материала	1	ПК-3	Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе
	Подготовка к лабораторным работам	4		

Согласована на портале № 3572

	Итого	5		
4 Осуществление платежей в системах электронной коммерции	Проработка лекционного материала	1	ПК-3	Опрос на занятиях
	Итого	1		
5 Интернет-маркетинг и реклама в Интернет	Проработка лекционного материала	1	ПК-3	Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе
	Подготовка к лабораторным работам	6		
	Итого	7		
Итого за семестр		36		
Итого		36		

9.1. Темы индивидуальных заданий

1. Выполнение комплексного индивидуального задания по разработке концепции, проработке технологической базы и рекламной кампании собственного бизнеса в интернет.

10. Курсовая работа

Не предусмотрено РУП

11. Рейтинговая система для оценки успеваемости студентов

11.1. Балльные оценки для элементов контроля

Таблица 11.1 – Бальные оценки для элементов контроля

Элементы учебной деятельности	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
6 семестр				
Опрос на занятиях	10	10	10	30
Отчет по индивидуальному заданию		15	15	30
Отчет по лабораторной работе		20	20	40
Итого максимум за период	10	45	45	100
Нарастающим итогом	10	55	100	100

11.2. Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Пересчет баллов в оценки за контрольные точки представлен в таблице 11.2.

Таблица 11. 2 – Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Баллы на дату контрольной точки	Оценка
≥ 90% от максимальной суммы баллов на дату КТ	5
От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату КТ	4
От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату КТ	3
< 60% от максимальной суммы баллов на дату КТ	2

11.3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку представлен в таблице 11.3.

Согласована на портале № 3572

Таблица 11. 3 – Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Оценка (ГОС)	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) (зачтено)	90 - 100	A (отлично)
4 (хорошо) (зачтено)	85 - 89	B (очень хорошо)
	75 - 84	C (хорошо)
	70 - 74	D (удовлетворительно)
3 (удовлетворительно) (зачтено)	65 - 69	
	60 - 64	E (посредственно)
2 (неудовлетворительно) (не зачтено)	Ниже 60 баллов	F (неудовлетворительно)

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1. Основная литература

1. Основы электронной коммерции и интернет-маркетинга: Учебное пособие / Бараксанов Д. Н. – 2011. 132 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://edu.tusur.ru/training/publications/2177, свободный.

12.2. Дополнительная литература

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. (наличие в библиотеке ТУСУР - 4 экз.)

12.3. Учебно-методическое пособие и программное обеспечение

1. Электронная коммерция: Методические указания по выполнению лабораторных работ и организации самостоятельной работы / Бараксанов Д. Н. – 2012. 9 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://edu.tusur.ru/training/publications/2338, свободный.

12.4. Базы данных, информационно справочные и поисковые системы

1. Образовательный портал университета (http://edu.tusur.ru), электронный каталог библиотеки (http://lib.tusur.ru); общедоступные информационные ресурсы и поисковые системы.

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитории с мультимедийным оборудованием для проведения лекционных занятий. Компьютерные классы для лабораторных занятий. Доступ в Интернет из компьютерных классов.

14. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств приведен в приложении 1.

15. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Без рекомендаций.

Согласована на портале № 3572

Приложение 1

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ П. Е. Троян
«___» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Электронный бизнес

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки (специальность): **38.03.05 Бизнес-информатика**
Направленность (профиль):
Форма обучения: **очная**
Факультет: **ФСУ, Факультет систем управления**
Кафедра: **АОИ, Кафедра автоматизации обработки информации**
Курс: **3**
Семестр: **6**

Учебный план набора 2013 года

Разработчики:
- Начальник каф. АОИ Бараксанов Д. Н.
- Доктор технических наук, профессор каф. Ехлаков Ю. П.

Зачет: 6 семестр

Томск 2016

Согласована на портале № 3572

1. Введение

Фонд оценочных средств (ФОС) является приложением к рабочей программе дисциплины (практики) и представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов (типовые задачи (задания), контрольные работы, тесты и др.) и методов их использования, предназначенных для измерения уровня достижения студентом установленных результатов обучения.

ФОС по дисциплине (практике) используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов.

Перечень закрепленных за дисциплиной (практикой) компетенций приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень закрепленных за дисциплиной компетенций

Код	Формулировка компетенции	Этапы формирования компетенций
ПК-3	выбор рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом	Должен знать сущность электронного бизнеса, основные возможности и преимущества электронного бизнеса, секторы взаимодействия субъектов, методы продвижения в Интернет; Должен уметь проектировать системы электронного бизнеса, анализировать и применять существующие решения, использовать инструменты интернет-маркетинга и рекламы для продвижения товаров и услуг; Должен владеть методами и инструментами маркетинга в Интернет, навыками планирования рекламных компаний в Интернет;

Общие характеристики показателей и критериев оценивания компетенций на всех этапах приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Общие характеристики показателей и критериев оценивания компетенций по этапам

Показатели и критерии	Знать	Уметь	Владеть
Отлично (высокий уровень)	Обладает фактическими и теоретическими знаниями в пределах изучаемой области с пониманием границ применимости	Обладает диапазоном практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем	Контролирует работу, проводит оценку, совершенствует действия работы
Хорошо (базовый уровень)	Знает факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах изучаемой области	Обладает диапазоном практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования	Берет ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает свое поведение к обстоятельствам в решении проблем
Удовлетворительно (пороговый уровень)	Обладает базовыми общими знаниями	Обладает основными умениями, требуемыми для выполнения простых задач	Работает при прямом наблюдении

2 Реализация компетенций

2.1 Компетенция ПК-3

ПК-3: выбор рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом.

Для формирования компетенции необходимо осуществить ряд этапов. Этапы формирования компетенции, применяемые для этого виды занятий и используемые средства оценивания пред-

Согласована на портале № 3572

ставлены в таблице 3.

Таблица 3 – Этапы формирования компетенции и используемые средства оценивания

Состав	Знать	Уметь	Владеть
Содержание этапов	основные решения применения информационно-коммуникативных технологий для управления бизнесом	применять информационно-коммуникативные технологии для управления бизнесом	навыками выбора рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий для управления бизнесом
Виды занятий	• Интерактивные лабораторные занятия; • Лабораторные занятия; • Лекции; • Самостоятельная работа;	• Интерактивные лабораторные занятия; • Лабораторные занятия; • Лекции; • Самостоятельная работа;	• Интерактивные лабораторные занятия; • Лабораторные занятия; • Самостоятельная работа;
Используемые средства оценивания	• Отчет по лабораторной работе; • Отчет по индивидуальному заданию; • Опрос на занятиях; • Зачет;	• Отчет по лабораторной работе; • Отчет по индивидуальному заданию; • Опрос на занятиях; • Зачет;	• Отчет по лабораторной работе; • Отчет по индивидуальному заданию; • Зачет;

Формулировка показателей и критериев оценивания данной компетенции приведена в таблице 4.

Таблица 4 – Показатели и критерии оценивания компетенции на этапах

Состав	Знать	Уметь	Владеть
Отлично (высокий уровень)	• критерии выбора информационно-коммуникативных технологий для управления бизнесом в зависимости от специфики бизнеса;	• вырабатывать решения по выбору информационно-коммуникативные технологии для управления бизнесом;	• навыками рационального выбора информационных систем и информационно-коммуникативных технологий для управления бизнесом с учетом комплекса критериев оценки и специфики бизнеса;
Хорошо (базовый уровень)	• критерии выбора информационно-коммуникативных технологий для управления бизнесом;	• формулировать критерии выбора информационно-коммуникативные технологии для управления бизнесом;	• навыками рационального выбора информационных систем и информационно-коммуникативных технологий для управления бизнесом с учетом комплекса критериев оценки;
Удовлетворительно (пороговый уровень)	• основные решения применения информационно-коммуникативных технологий для управления бизнесом;	• применять информационно-коммуникативные технологии для управления бизнесом;	• навыками рационального выбора информационных систем и информационно-коммуникативных технологий для управления бизнесом;

Согласована на портале № 3572

3 Типовые контрольные задания

Для реализации вышеперечисленных задач обучения используются 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, в следующем составе.

3.1 Темы индивидуальных заданий

- Выполнение комплексного индивидуального задания по разработке концепции, проработке технологической базы и рекламной кампании собственного бизнеса в интернет.

3.2 Темы опросов на занятиях

- Сущность электронного бизнеса. Достоинства и недостатки. Интернет как катализатор развития электронной коммерции. Классификация систем электронной коммерции.
- Характеристика систем электронной коммерции потребительского сектора. Интернет-магазин: структура и функции. Основные подходы к способам реализации интернет-магазина. Системы электронной коммерции в индустрии услуг.
- Корпоративные информационные системы. Системы управления взаимоотношениями с поставщиками (CSM). Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). Корпоративные порталы и инструменты ведения электронного бизнеса в корпоративном секторе. Электронные торговые площадки
- Классификация платежей и платежных систем. Кредитные и дебетовые электронные платежные системы. Основные шаги подключения к платежным системам. Некоторые аспекты безопасности платежей.
- Понятие интернет-маркетинга. Методы и инструменты проведения маркетинговых исследований в Интернет.
- Методы и средства продвижения в Интернет. Ценовые модели размещения рекламы. Медиапланирование и оценка эффективности рекламных кампаний в Интернет.

3.3 Темы лабораторных работ

- Анализ действующих интернет-магазинов. Проектирование структуры и сервисов интернет-магазина.
- Выбор и обоснование подхода к реализации интернет-магазина. Проведение исследований имеющихся готовых решений, запрос стоимости реализации решения "на заказ", расчет стоимости реализации собственными силами.
- Обзор и анализ существующих CRM-систем.
- Обзор торговых B2B площадок, их возможностей и сервисов для компаний.
- Осуществление маркетинговых исследований потенциальной аудитории
- Разработка рекламной кампании в сети Интернет.

3.4 Зачёт

- Какие новые возможности предоставляет использование электронной коммерции участникам бизнес-отношений?
- Какие критерии могут применяться для классификации систем электронной коммерции?
- Какие системы электронной коммерции являются наиболее распространенными в секторе взаимодействия физических лиц?
- Опишите общую схему интернет-покупки.
- На какие классы можно разделить системы электронной коммерции B2B-сектора?
- Опишите назначение и возможности ERP-систем. В чем отличие ERP и MRPII? Что нового, согласно концепции ERPII, должны включать системы класса ERP?
- Для чего используются системы класса CRM? Назовите основные принципы создания CRM-систем. Какие функциональности должна содержать CRM-система?
- Что представляют собой электронные торговые площадки?

4 Методические материалы

Для обеспечения процесса обучения и решения задач обучения используются следующие материалы:

- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навы-

Согласована на портале № 3572

ков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы фор-мирования компетенций, согласно п. 12 рабочей программы.

4.1. Основная литература

1. Основы электронной коммерции и интернет-маркетинга: Учебное пособие / Бараксанов Д. Н. – 2011. 132 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://edu.tusur.ru/training/publications/2177, свободный.

4.2. Дополнительная литература

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. (наличие в библиотеке ТУСУР - 4 экз.)

4.3. Учебно-методическое пособие и программное обеспечение

1. Электронная коммерция: Методические указания по выполнению лабораторных работ и организации самостоятельной работы / Бараксанов Д. Н. – 2012. 9 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://edu.tusur.ru/training/publications/2338, свободный.

4.4. Базы данных, информационно справочные и поисковые системы

1. Образовательный портал университета (http://edu.tusur.ru), электронный каталог библиотеки (http://lib.tusur.ru); общедоступные информационные ресурсы и поисковые системы.

Согласована на портале № 3572