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): **Бизнес-информатика**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **ФСУ, Факультет систем управления**
Кафедра: **АОИ, Кафедра автоматизации обработки информации**
Курс: **4**
Семестр: **7**
Учебный план набора 2016 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	7 семестр	Всего	Единицы
1	Лекции	18	18	часов
2	Лабораторные занятия	20	20	часов
3	Всего аудиторных занятий	38	38	часов
4	Самостоятельная работа	70	70	часов
5	Всего (без экзамена)	108	108	часов
6	Общая трудоемкость	108	108	часов
		3.0	3.0	З.Е

Зачет: 7 семестр

Томск 2016

Согласована на портале № 5998

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 301 от « 3 » 11 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:

Старший преподаватель 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 № 5998

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.19) относится к блоку 1 (базовая часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются следующие дисциплины: IT-маркетинг, Базы данных, Бизнес-планирование, Инновационный менеджмент, Информатика и программирование, Информационные технологии обработки данных, Информационные технологии обработки данных в экономике, Планирование и организация вывода программного продукта на рынок.

Последующими дисциплинами являются: Выпускная квалификационная работа, Основы организации бизнеса IT-компаний, Управление проектами.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– ПК-28 способность создавать новые бизнес-проекты на основе инноваций в сфере ИКТ;

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 3.0 зачетных единицы и представлена в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		7 семестр
Аудиторные занятия (всего)	38	38
Лекции	18	18
Лабораторные занятия	20	20
Самостоятельная работа (всего)	70	70
Выполнение индивидуальных заданий	30	30
Оформление отчетов по лабораторным работам	18	18
Подготовка к лабораторным работам	18	18

Согласована на портале № 5998

Проработка лекционного материала	4	4
Всего (без экзамена)	108	108
Общая трудоемкость час	108	108
Зачетные Единицы Трудоемкости	3.0	3.0

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	30	32	ПК-28
2	Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C)	4	10	17	31	ПК-28
3	Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B)	4	4	9	17	ПК-28
4	Осуществление платежей в системах электронной коммерции	2	0	1	3	
5	Интернет-маркетинг и реклама в Интернет	6	6	13	25	ПК-28
	Итого	18	20	70	108	

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
7 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	
	Итого	2	
2 Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C)	Характеристика систем электронной коммерции потребительского сектора. Интернет-магазин: структура и	4	

Согласована на портале № 5998

	функции. Основные подходы к способам реализации интернет-магазина. Системы электронной коммерции в индустрии 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	
	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	
	Итого	2	
5 Интернет-маркетинг и реклама в Интернет	Понятие интернет-маркетинга. Методы и инструменты проведения маркетинговых исследований в Интернет.	2	
	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-маркетинг	+				+
2	Базы данных		+	+		
3	Бизнес-планирование	+				+

Согласована на портале № 5998

4	Инновационный менеджмент	+				+
5	Информатика и программирование		+	+		
6	Информационные технологии обработки данных		+	+		
7	Информационные технологии обработки данных в экономике		+	+		
8	Планирование и организация вывода программного продукта на рынок					+
Последующие дисциплины						
1	Выпускная квалификационная работа	+	+	+	+	+
2	Основы организации бизнеса IT-компаний	+	+	+	+	+
3	Управление проектами	+	+	+		

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-28		+	+	Отчет по индивидуальному заданию, Отчет по лабораторной работе

6. Интерактивные методы и формы организации обучения

Не предусмотрено РУП

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
7 семестр			
2 Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C)	Анализ действующих интернет-магазинов. Проектирование структуры и сервисов интернет-магазина.	6	ПК-28
	Выбор и обоснование подхода к	4	

Согласована на портале № 5998

	реализации интернет-магазина. Проведение исследований имеющихся готовых решений, запрос стоимости реализации решения "на заказ", расчет стоимости реализации собственными силами.		
	Итого	10	
3 Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B)	Обзор и анализ существующих CRM-систем.	2	
	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	
	Разработка рекламной кампании в сети Интернет.	4	
	Итого	6	
Итого за семестр		20	

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
7 семестр				
1 Электронный бизнес как трансформация традиционных бизнес-процессов	Выполнение индивидуальных заданий	30	ПК-28	Отчет по индивидуальному заданию
	Итого	30		
2 Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C)	Проработка лекционного материала	1	ПК-28	Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе
	Подготовка к лабораторным работам	8		
	Оформление отчетов по лабораторным работам	8		
	Итого	17		
3 Системы электронной коммерции в корпоративном секторе	Проработка лекционного материала	1	ПК-28	Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе
	Подготовка к	4		

Согласована на портале № 5998

(B2B)	лабораторным работам			
	Оформление отчетов по лабораторным работам	4		
	Итого	9		
4 Осуществление платежей в системах электронной коммерции	Проработка лекционного материала	1		Опрос на занятиях
	Итого	1		
5 Интернет-маркетинг и реклама в Интернет	Проработка лекционного материала	1	ПК-28	Опрос на занятиях, Отчет по лабораторной работе
	Подготовка к лабораторным работам	6		
	Оформление отчетов по лабораторным работам	6		
	Итого	13		
Итого за семестр		70		
Итого		70		

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
7 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

Согласована на портале № 5998

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.

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 № 5998

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): **Бизнес-информатика**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **ФСУ, Факультет систем управления**
Кафедра: **АОИ, Кафедра автоматизации обработки информации**
Курс: **4**
Семестр: **7**

Учебный план набора 2016 года

Разработчики:

- Старший преподаватель каф. АОИ Бараксанов Д. Н.

Зачет: 7 семестр

Томск 2016

Согласована на портале № 5998

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-28	способность создавать новые бизнес-проекты на основе инноваций в сфере ИКТ	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-28

ПК-28: способность создавать новые бизнес-проекты на основе инноваций в сфере ИКТ.

Для формирования компетенции необходимо осуществить ряд этапов. Этапы формирования

Согласована на портале № 5998

компетенции, применяемые для этого виды занятий и используемые средства оценивания представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Этапы формирования компетенции и используемые средства оценивания

Состав	Знать	Уметь	Владеть
Содержание этапов	ключевые понятия, возможности и особенности ведения электронного бизнеса, видах и средствах электронной коммерции, технологиях организации бизнеса и маркетинга в Интернет, основных проблемах и перспективах развития технологий электронного бизнеса	проектировать системы новые бизнес-проекты на основе инноваций в сфере ИКТ, анализировать и применять существующие решения, использовать инструменты интернет-маркетинга и рекламы для продвижения товаров и услуг	методами, инструментами и навыками создания новые бизнес-проекты на основе инноваций в сфере ИКТ и их продвижения на рынок
Виды занятий	• Лабораторные занятия; • Лекции; • Самостоятельная работа;	• Лабораторные занятия; • Лекции; • Самостоятельная работа;	• Лабораторные занятия; • Самостоятельная работа;
Используемые средства оценивания	• Отчет по лабораторной работе; • Отчет по индивидуальному заданию; • Зачет;	• Отчет по лабораторной работе; • Отчет по индивидуальному заданию; • 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)	• ключевые понятия, возможности и особенности ведения электронного бизнеса, видах и средствах электронной коммерции, технологиях организации бизнеса и маркетинга в Интернет, основных проблемах и перспективах развития технологий электронного бизнеса;	• проектировать системы новые бизнес-проекты на основе инноваций в сфере ИКТ, анализировать и применять существующие решения, использовать инструменты интернет-маркетинга и рекламы для продвижения товаров и услуг;	• методами, инструментами и навыками создания новые бизнес-проекты на основе инноваций в сфере ИКТ и их продвижения на рынок;
Хорошо (базовый уровень)	• ключевые понятия, возможности и особенности ведения электронного бизнеса, видах и средствах	• анализировать и применять существующие решения, использовать инструменты интернет-	• методами, инструментами создания новые бизнес-проекты на основе инноваций в сфере

Согласована на портале № 5998

	электронной коммерции, основных проблемах и перспективах развития технологий электронного бизнеса;	маркетинга и рекламы для продвижения товаров и услуг;	ИКТ;
Удовлетворительно (пороговый уровень)	• ключевые понятия, возможности и особенности ведения электронного бизнеса, основных проблемах и перспективах развития технологий электронного бизнеса;	• анализировать и применять существующие решения;	• инструментами создания бизнес-проекты на основе инноваций в сфере ИКТ;

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.

Согласована на портале № 5998

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, навыков 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 № 5998