МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____П.В. Сенченко
«23» _____12_____ 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки / специальность: **38.03.05 Бизнес-информатика**
Направленность (профиль) / специализация: **ИТ-предпринимательство**
Форма обучения: **заочная (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)**
Факультет: **Факультет дистанционного обучения (ФДО)**
Кафедра: **Кафедра автоматизации обработки информации (АОИ)**
Курс: **5**
Семестр: **9**
Учебный план набора 2021 года

Объем дисциплины и виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности	9 семестр	Всего	Единицы
Самостоятельная работа	121	121	часов
Самостоятельная работа под руководством преподавателя	12	12	часов
Контрольные работы	2	2	часов
Подготовка и сдача экзамена	9	9	часов
Общая трудоемкость (включая промежуточную аттестацию)	144	144	часов
		4	з.е.

Формы промежуточной аттестация	Семестр	Количество
Экзамен	9	
Контрольные работы	9	1

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко П.В.
Должность: Проректор по УР
Дата подписания: 23.12.2020
Уникальный программный ключ:
a1119608-cdff-4455-b54e-5235117c185c

Томск

Согласована на портале № 69249

1. Общие положения

1.1. Цели дисциплины

1. 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

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).
Часть блока дисциплин: Обязательная часть.
Модуль дисциплин: Модуль направления подготовки (special hard skills – SHS).
Индекс дисциплины: Б1.О.03.18.
Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):

Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные компетенции		
-	-	-
Общепрофессиональные компетенции		

Согласована на портале № 69249

ОПК-2. Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом	ОПК-2.1. Знает состав базовых информационно-коммуникационных технологий и методологию исследования рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий	знать: сущность электронного бизнеса, основные возможности и преимущества электронного бизнеса, секторы взаимодействия субъектов, методы продвижения в Интернет
	ОПК-2.2. Умеет выбирать рациональные решения для управления бизнесом, сформированные на базе информационно-коммуникационных технологий; исследовать и анализировать рынок информационных систем и информационно-коммуникационных технологий	уметь: проектировать системы электронного бизнеса, анализировать и применять существующие решения, использовать инструменты интернет-маркетинга и рекламы для продвижения товаров и услуг
	ОПК-2.3. Владеет навыками использования информационно-коммуникационных технологии в рамках разработки прикладных решений для управления бизнесом; проведения прикладных исследований рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, а также реализации основанной на результатах исследований маркетинговой политики	владеть: методами и инструментами маркетинга в Интернет, навыками планирования рекламных компаний в Интернет
Профессиональные компетенции		
-	-	-

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 академических часов.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной деятельности представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины по видам учебной деятельности

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		9 семестр
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего	14	14
Самостоятельная работа под руководством преподавателя	12	12

Согласована на портале № 69249

Контрольные работы	2	2
Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. контактная внеаудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего	121	121
Подготовка к контрольной работе	30	30
Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части дисциплины	91	91
Подготовка и сдача экзамена	9	9
Общая трудоемкость (в часах)	144	144
Общая трудоемкость (в з.е.)	4	4

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

Структура дисциплины по разделам (темам) и видам учебной деятельности приведена в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

Названия разделов (тем) дисциплины	Контр. раб.	СРП, ч.	Сам. раб., ч	Всего часов (без промежуточной аттестации)	Формируемые компетенции
9 семестр					
1 Появление и развитие электронного бизнеса	2	1	16	19	ОПК-2
2 Инфраструктура бизнеса в среде Интернет		1	15	16	ОПК-2
3 Взаимодействие с индивидуальными потребителями		1	12	13	ОПК-2
4 Организация маркетинговых исследований в Интернете		1	14	15	ОПК-2
5 Товарная политика и рынок услуг в Интернете		1	12	13	ОПК-2
6 Ценовая политика и Интернет		1	14	15	ОПК-2
7 Система распределения и Интернет		2	14	16	ОПК-2
8 Организация коммуникативной политики в Интернете		2	12	14	ОПК-2
9 Реклама, стимулирование сбыта и связи с общественностью в Интернете		2	12	14	ОПК-2
Итого за семестр	2	12	121	135	
Итого	2	12	121	135	

5.2. Содержание разделов (тем) дисциплины

Содержание разделов (тем) дисциплины приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов (тем) дисциплины

Названия разделов (тем) дисциплины	Содержание разделов (тем) дисциплины	СРП, ч	Формируемые компетенции
9 семестр			
1 Появление и развитие электронного бизнеса	Определение. Интернет-маркетинг	1	ОПК-2
	Итого	1	

Согласована на портале № 69249

2 Инфраструктура бизнеса в среде Интернет	Понятие Интернет. Принципы построения сети Интернет. Службы Интернета. Новые службы Интернета. Службы поиска информации. Методы обеспечения безопасности в сети Интернет. Протоколы и стандарты безопасности. Платежные Интернет-системы	1	ОПК-2
	Итого	1	
3 Взаимодействие с индивидуальными потребителями	Коммуникативные характеристики Интернета. Модели коммуникации Интернета. Pull- и Push-модели. Интерактивность. Гипертекст. Мультимедиа. Эффект присутствия. Сетевая навигация. Торговые и финансовые системы	1	ОПК-2
	Итого	1	
4 Организация маркетинговых исследований в Интернете	Маркетинговая информационная система. Организация маркетинговых исследований. Поиск информации в Интернете. Анализ ресурсов и сбор информации. Получение маркетинговой информации о посетителях web-сайта	1	ОПК-2
	Итого	1	
5 Товарная политика и рынок услуг в Интернете	Товар и товарная политика. Организация сервисного обслуживания. Разработка новых товаров. Финансовые услуги в Интернете	1	ОПК-2
	Итого	1	
6 Ценовая политика и Интернет	Формирование ценовой политики. Маркетинговые стратегии цен. Определение цены. Интернет-аукционы	1	ОПК-2
	Итого	1	
7 Система распределения и Интернет	Система распределения. Интернет для производителей. Интернет для посредников. Розничная торговля в Интернете. Интернет-посредники. Торговые интернет-площадки. Модели бизнеса торговых площадок. Выгоды участников рынка. Структура торговой площадки. Развитие торговых интернет-площадок в России. Электронные брокеры	2	ОПК-2
	Итого	2	
8 Организация коммуникативной политики в Интернете	Коммуникативная политика в Интернете. Этапы создания web-сайта. Модели бизнеса. Финансирование. Выбор поставщика услуг Интернета. Методы первоначального привлечения посетителей на web-сайт. Методы удержания посетителей web-сайта. Реализация дизайна сайта. Дополнительные услуги	2	ОПК-2
	Итого	2	

Согласована на портале № 69249

9 Реклама, стимулирование сбыта и связи с общественностью в Интернете	Реклама в Интернете. Виды рекламы. Основные решения в сфере рекламы в Интернете. Ценовые модели размещения рекламы. Баннерная реклама. Регистрация в поисковых системах и каталогах. Реклама с использованием электронной почты. Реклама при помощи списков рассылки. Использование телеконференций. Реклама на досках объявлений. Партнерские программы. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью	2	ОПК-2
	Итого	2	
	Итого за семестр	12	
	Итого	12	

5.3. Контрольные работы

Виды контрольных работ и часы на контрольные работы приведены в таблице 5.3.

Таблица 5.3 – Контрольные работы

№ п.п.	Виды контрольных работ	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
9 семестр			
1	Контрольная работа с автоматизированной проверкой	2	ОПК-2
	Итого за семестр	2	
	Итого	2	

5.4. Лабораторные занятия

Не предусмотрено учебным планом

5.5.Контроль самостоятельной работы (курсовой проект / курсовая работа)

Не предусмотрено учебным планом

5.6. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 5.6.

Таблица 5.6. – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов (тем) дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
9 семестр				
1 Появление и развитие электронного бизнеса	Подготовка к контрольной работе	14	ОПК-2	Контрольная работа
	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части дисциплины	2	ОПК-2	Тестирование, Экзамен
	Итого	16		

Согласована на портале № 69249

2 Инфраструктура бизнеса в среде Интернет	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части дисциплины	13	ОПК-2	Тестирование, Экзамен
	Подготовка к контрольной работе	2	ОПК-2	Контрольная работа
	Итого	15		
3 Взаимодействие с индивидуальными потребителями	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части дисциплины	10	ОПК-2	Тестирование, Экзамен
	Подготовка к контрольной работе	2	ОПК-2	Контрольная работа
	Итого	12		
4 Организация маркетинговых исследований в Интернете	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части дисциплины	12	ОПК-2	Тестирование, Экзамен
	Подготовка к контрольной работе	2	ОПК-2	Контрольная работа
	Итого	14		
5 Товарная политика и рынок услуг в Интернете	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части дисциплины	10	ОПК-2	Тестирование, Экзамен
	Подготовка к контрольной работе	2	ОПК-2	Контрольная работа
	Итого	12		
6 Ценовая политика и Интернет	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части дисциплины	12	ОПК-2	Тестирование, Экзамен
	Подготовка к контрольной работе	2	ОПК-2	Контрольная работа
	Итого	14		
7 Система распределения и Интернет	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части дисциплины	12	ОПК-2	Тестирование, Экзамен
	Подготовка к контрольной работе	2	ОПК-2	Контрольная работа
	Итого	14		
8 Организация коммуникативной политики в Интернете	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части дисциплины	10	ОПК-2	Тестирование, Экзамен
	Подготовка к контрольной работе	2	ОПК-2	Контрольная работа
	Итого	12		

Согласована на портале № 69249

9 Реклама, стимулирование сбыта и связи с общественностью в Интернете	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части дисциплины	10	ОПК-2	Тестирование, Экзамен
	Подготовка к контрольной работе	2	ОПК-2	Контрольная работа
	Итого	12		
Итого за семестр		121		
	Подготовка и сдача экзамена	9		Экзамен
Итого		130		

5.7. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности представлено в таблице 5.7.

Таблица 5.7 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Формируемые компетенции	Виды учебной деятельности			Формы контроля
	Конт.Раб.	СРП	Сам. раб.	
ОПК-2	+	+	+	Контрольная работа, Тестирование, Экзамен

6. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

Рейтинговая система не используется

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Основы электронного бизнеса: Учебное пособие / Е. В. Зайцева - 2012. 263 с. Доступ из личного кабинета студента. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/2405.

7.2. Дополнительная литература

1. Основы электронной коммерции и интернет-маркетинга : учебное пособие / Бараксанов Д. Н. – 2011. Доступ из личного кабинета студента. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://study.tusur.ru/study/library/.

7.3. Учебно-методические пособия

7.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Бараксанов Д.Н. Электронный бизнес : методические указания по организации самостоятельной работы для студентов заочной формы обучения направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий / Д. Н. Бараксанов, Ю. П. Ехлаков. – Томск : ФДО, ТУСУР, 2018. Доступ из личного кабинета студента. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://study.tusur.ru/study/library/.

7.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа;

Согласована на портале № 69249

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

7.4. Иное учебно-методическое обеспечение

1. Зайцева Е.В. Основы электронного бизнеса [Электронный ресурс]: электронный курс / Е. В. Зайцева. – Томск ТУСУР, ФДО, 2018. (доступ из личного кабинета студента) .

7.5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. При изучении дисциплины рекомендуется обращаться к современным базам данных, информационно-справочным и поисковым системам, к которым у ТУСУРа открыт доступ: https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh.

8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

8.1. Общие требования к материально-техническому и программному обеспечению дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лабораторного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, для самостоятельной работы студентов

634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Веб-камера - 6 шт.;
- Наушники с микрофоном - 6 шт.;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

- 7-Zip;
- Google Chrome;
- Kaspersky Endpoint Security для Windows;
- LibreOffice;
- Microsoft Windows;

8.2. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:

- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 209 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду ТУСУРа.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

Согласована на портале № 69249

8.3. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями зрения** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

9. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

9.1. Содержание оценочных материалов для текущего контроля и промежуточной аттестации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы, представленные в таблице 9.1.

Таблица 9.1 – Формы контроля и оценочные материалы

Названия разделов (тем) дисциплины	Формируемые компетенции	Формы контроля	Оценочные материалы (ОМ)
1 Появление и развитие электронного бизнеса	ОПК-2	Контрольная работа	Примерный перечень тем и тестовых заданий на контрольные работы
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Экзамен	Перечень экзаменационных вопросов
2 Инфраструктура бизнеса в среде Интернет	ОПК-2	Контрольная работа	Примерный перечень тем и тестовых заданий на контрольные работы
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Экзамен	Перечень экзаменационных вопросов
3 Взаимодействие с индивидуальными потребителями	ОПК-2	Контрольная работа	Примерный перечень тем и тестовых заданий на контрольные работы
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Экзамен	Перечень экзаменационных вопросов

Согласована на портале № 69249

4 Организация маркетинговых исследований в Интернете	ОПК-2	Контрольная работа	Примерный перечень тем и тестовых заданий на контрольные работы
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Экзамен	Перечень экзаменационных вопросов
5 Товарная политика и рынок услуг в Интернете	ОПК-2	Контрольная работа	Примерный перечень тем и тестовых заданий на контрольные работы
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Экзамен	Перечень экзаменационных вопросов
6 Ценовая политика и Интернет	ОПК-2	Контрольная работа	Примерный перечень тем и тестовых заданий на контрольные работы
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Экзамен	Перечень экзаменационных вопросов
7 Система распределения и Интернет	ОПК-2	Контрольная работа	Примерный перечень тем и тестовых заданий на контрольные работы
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Экзамен	Перечень экзаменационных вопросов
8 Организация коммуникативной политики в Интернете	ОПК-2	Контрольная работа	Примерный перечень тем и тестовых заданий на контрольные работы
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Экзамен	Перечень экзаменационных вопросов
9 Реклама, стимулирование сбыта и связи с общественностью в Интернете	ОПК-2	Контрольная работа	Примерный перечень тем и тестовых заданий на контрольные работы
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Экзамен	Перечень экзаменационных вопросов

Шкала оценки сформированности отдельных планируемых результатов обучения по дисциплине приведена в таблице 9.2.

Таблица 9.2 – Шкала оценки сформированности планируемых результатов обучения по дисциплине

Согласована на портале № 69249

Оценка	Баллы за ОМ	Формулировка требований к степени сформированности планируемых результатов обучения		
		знать	уметь	владеть
2 (неудовлетворительно)	< 60% от максимальной суммы баллов	отсутствие знаний или фрагментарные знания	отсутствие умений или частично освоенное умение	отсутствие навыков или фрагментарные применение навыков
3 (удовлетворительно)	от 60% до 69% от максимальной суммы баллов	общие, но не структурированные знания	в целом успешно, но не систематически осуществляемое умение	в целом успешное, но не систематическое применение навыков
4 (хорошо)	от 70% до 89% от максимальной суммы баллов	сформированные, но содержащие отдельные проблемы знания	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы применение навыков
5 (отлично)	≥ 90% от максимальной суммы баллов	сформированные систематические знания	сформированное умение	успешное и систематическое применение навыков

Шкала комплексной оценки сформированности компетенций приведена в таблице 9.3.

Таблица 9.3 – Шкала комплексной оценки сформированности компетенций

Оценка	Формулировка требований к степени компетенции
2 (неудовлетворительно)	Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале или Знать на уровне **ориентирования**, представлений. Обучающийся знает основные признаки или термины изучаемого элемента содержания, их отнесенность к определенной науке, отрасли или объектам, узнает в текстах, изображениях или схемах и знает, к каким источникам нужно обращаться для более детального его усвоения.
3 (удовлетворительно)	Знать и уметь на **репродуктивном** уровне. Обучающихся знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях.
4 (хорошо)	Знать, уметь, владеть на **аналитическом** уровне. Зная на репродуктивном уровне, указывать на особенности и взаимосвязи изученных объектов, на их достоинства, ограничения, историю и перспективы развития и особенности для разных объектов усвоения.
5 (отлично)	Знать, уметь, владеть на **системном** уровне. Обучающийся знает изученный элемент содержания системно, произвольно и доказательно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях, учитывая и указывая связи и зависимости между этим элементом и другими элементами содержания дисциплины, его значимость в содержании дисциплины.

9.1.1. Примерный перечень тестовых заданий

Согласована на портале № 69249

1. Какой эффект достигается при использовании систем электронной коммерции в новом бизнес-проекте?
   1) Локализация коммуникаций;
   2) Обострение конкуренции;
   3) Увеличение пути товара от поставщика заказчику;
   4) Появляется возможность оплачивать наличными денежными средствами.
2. Заказчик производит декоративные украшения. Какой сектор электронной коммерции необходимо при этом рассматривать?
   1) C2C;
   2) B2B;
   3) G2B;
   4) G2C.
3. Заказчик создает новый бизнес-проект и для этого ему необходим интернет-магазин. Какая последовательность шагов должна быть обеспечена внутри интернет-магазина?
   1) Поиск товара - Формирование корзины заказа - Получение заказа;
   2) Формирование корзины - Оплата заказа - Отправка заказа - Получение заказа;
   3) Поиск товара - Получение подробной информации о товаре - Формирование корзины - Оформление заказа - Оплата заказа - Получение заказа;
   4) Звонок в интернет-магазин - Оформление заказа по телефону - Назначение даты получения заказа
4. Необходимо разработать каталог товаров для интернет-магазина. Как будет влиять увеличения числа возможных сортировок каталога товаров?
   1) Усложнять возможность поиска товаров в каталоге;
   2) Каталог товаров будет загружаться быстрее;
   3) Клиент сможет заказать доставку товаров на нужный адрес;
   4) Оказывать помощь клиенту в поиске товара в каталоге.
5. Какой фактор в работе с данными влияет на выбор технологии реализации каталога товаров?
   1) Температура окружающей среды;
   2) Новизна технологий;
   3) Язык программирования;
   4) Частое изменение данных в каталоге.
6. Принято решение о разработке собственного программного обесппечения для интернетмагазина. Какие преимущества такого подхода?
   1) Безграничные возможности внесения изменений;
   2) Возможно организовывать доставку товаров в нужное время;
   3) Упрощается взаимодействие с поставщиками;
   4) Клиент проявит большую лояльность.
7. Необходимо решение задач повышения эффективности работы и снижения затрат вовлеченных в цепочку компаний, которые должны интенсифицировать информационный обмен друг с другом. Какой тип информационных систем необходимо применить для решения данных задач?
   1) Система управления контентом;
   2) Система управления отношениями с поставщиками;
   3) Система документооборота предприятия;
   4) Система планирования материальных потребностей.
8. Какая задача решается, если применяется такой подход, что все способы и средства коммуникации с ними, включая работу менеджера по продажам, рекламу, доставку, сервис, информационное обеспечение направлены не только на удовлетворение потребности клиента, но и предопределение его ожиданий, запросов и предпочтений?
   1) Повышение лояльности клиента к компании и ее продукции;
   2) Снижение издержек в цепочке поставок товаров;
   3) Снижение затрат на IT-инфраструктуру;
   4) Формулируются задачи для открытия офлайн-точки продаж.
9. Какая модель электронной торговой площадки наиболее подходит для торговли стандартизованной продукцией, типовыми товарами с достаточно узкой номенклатурой в каждой товарной группе, таким образом, чтобы она была привлекательна для рынков, где

Согласована на портале № 69249

спрос и цены нестабильны, и позволяла участникам рынка оперативно реагировать на изменение конъюнктуры?
1) Электронный аукцион;
2) Рыночная площадка;
3) Биржевая модель;
4) Модель электронного каталога.

10. Разрабатывается новая электронная торговая площадка. Какие виды комиссии с транзакции могут взиматься компанией владельцем электронной торговой площадки в качестве дохода?
1) За аренду серверного оборудования;
2) За предоставление широкополосного интернет-канала;
3) Процент или фиксированная сумма с каждой транзакции;
4) За защиту базы данных сделок.
11. Какой фактор является несущественным при выборе электронной платежной системы для нужд бизнес-проекта?
1) Соблюдение конфиденциальности;
2) Сохранение целостности информации;
3) Защищенность сторон от рисков;
4) Возможность приема оплаты почтовым переводом.
12. Какой эффект будет наблюдаться при расширении функциональных возможностей доступных клиентам банка через системы интернет-банкинга?
1) Система интернет-банкинга становится более востребованной;
2) Происходит отток клиентов банка;
3) Стоимость использования интернет-банкинга для конечного потребителя будет ежемесячно снижаться;
4) Количество физических офисов банка будет увеличиваться.
13. Бизнес-проекту необходимо организовать прием платежей с помощью банковских карт. Какой банк обеспечит обработку запросов на авторизацию, перечисление на расчетные счета средств за товары и услуги, предоставленные по картам?
1) Банк-эмитент;
2) Банк-эквайер;
3) Кредитный банк;
4) Дебетовый банк.
14. Разрабатывая бизнес-план для проекта, не были рассмотрены издержки, возникающие при взаимодействии с электронной платежной системой. Какие издержки появятся в бизнес-плане?
1) Транзакционные издержки и расходы на подключение к электронной платежной системе;
2) Новых издержек не появится;
3) Издержки на подключение к электронной платежной системе;
4) Платежи банку-эмитенту.
15. В рамках проекта обмен документами налажен с помощью системы электронного документооборота, а сами передаваемые документы подписываются электронной цифровой подписью (ЭЦП). Свидетельствует ли тот факт, что заверенный ЭЦП документ заверен конкретным физическим лицом?
1) ЭЦП однозначно указывает на физическое лицо, которое подписало электронный документ;
2) ЭЦП никак не связана с физическим лицом;
3) ЭЦП свидетельствует о том, что электронный документ заверен конкретным криптографическим ключом;
4) Подлинность заверения электронного документа нужно проверить с помощью телефонного разговора.
16. Для реализации проекта требуется обеспечить безопасный прием платежей с использованием банковских карт. Какой протокол обеспечит кросс-аутентификацию счета держателя карточки, продавца и банка продавца для проверки готовности оплаты товара, целостность и секретность сообщения, шифрование ценных и уязвимых данных?
1) SSL;

Согласована на портале № 69249

2) SET;
3) http;
4) tcp.

17. Для составления бизнес-плана были проведены маркетинговые исследования. В каком случае необходимо проведение первичных маркетинговых исследований?
    1) Необходимо выполнить повторные маркетинговые исследования;
    2) Когда результаты вторичных исследований опровергают выдвинутые гипотезы;
    3) Требуется выделить области деятельности предприятия;
    4) Обнаружена недостаточность данных, полученных в ходе кабинетных исследований.
18. Отрасль создаваемого бизнес-проекта сопряжена с традиционной экономикой. Как должны проводиться маркетинговые исследования?
    1) Необходимо комбинировать инструменты традиционного и интернет-маркетинга;
    2) Необходимо осуществлять поиск всей информации, касательно предмета маркетинговых исследований, в сети Интернет;
    3) Необходимо применять традиционные маркетинговые инструменты;
    4) Необходимо провести бенчмаркинг.
19. Какой эффект можно достичь, применяя интерактивность интернет-рекламы?
    1) Интернет-реклама станет менее навязчивой;
    2) Интернет-реклама окажет более целенаправленное воздействие на пользователей;
    3) Рекламодатель может наиболее широко и полно представить рекламируемые товары и услуги;
    4) Эффект будет сопоставим с обычной рекламой.
20. Какой механизм позволяет повысить рекламное воздействие на целевую группу пользователей?
    1) Таргетинг;
    2) Механизм адаптации рекламы;
    3) Механизм повышения рекламного воздействия;
    4) Механизм создания рекламного профиля рекламодателя.

9.1.2. Перечень экзаменационных вопросов

Приведены примеры типовых заданий из банка экзаменационных тестов, составленных по пройденным разделам дисциплины.

1. Назовите термин, означающий любые формы сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом.
    1. Электронная коммерция
    2. Бизнес-бизнес
    3. Бизнес-потребитель
    4. Электронная модель
2. К какой категории электронного бизнеса относится Интернет-магазин?
    1. Бизнес-бизнес
    2. Бизнес-потребитель
    3. Потребитель-потребитель
    4. Бизнес-администрация
3. К какой зоне относится домен mil?
    1. Географическая
    2. Организационная
    3. Мировая
    4. Сетевая
4. Какое понятие определяется как состояние устойчивости информации к случайным или преднамеренным воздействиям, исключающее недопустимые риски ее уничтожения, искажения и раскрытия, которые приводят к материальному ущербу владельца или пользователя информации?
    1. Целостность информации
    2. Конфиденциальность информации
    3. Безопасность информации
    4. Засекреченность информации
5. Назовите термин, обозначающий систему проведения расчетов между финансовыми

Согласована на портале № 69249

коммерческими организациями и пользователями в процессе покупки/продажи товаров и услуг через Интернет?
   1. Платежная система в Интернете
   2. Электронные деньги
   3. Кредитная карта
   4. Web-money
6. Как называется система мероприятий по сбору, сортировки, анализу и представлению маркетинговой информации, используемая при принятии маркетинговых решений?
   1. Маркетинговая система
   2. Маркетинговая информационная система
   3. Маркетинговая интерактивная система
   4. Информационная система
7. Являются ли телеконференции источниками вторичных данных?
   1. Нет, только Web-страницы
   2. Да, являются
   3. Нет, только Web-сайты
   4. Нет, только Web-сайты и Web-страницы
8. Кто побеждает в аукционе закрытых предложений?
   1. Тот, кто предложил наивысшую цену
   2. Тот, кто предложил наименьшую цену
   3. Тот, кто предложил цену, предшествующую максимальной
   4. Тот, кто предложил цену, предшествующую минимальной
9. К какому типу серверов относится сайт PostMaster Direct Response?
   1. Рассылочный сервер
   2. Почтовый сервер
   3. Банерный сервер
   4. Интернет-аукцион
10. Как называется метод привлечения новых посетителей и увеличения объемов продаж, используемый FAO Schwartz?
   1. Партнерская программа
   2. Электронная рассылка
   3. Банерная реклама
   4. Электронная реклама

9.1.3. Примерный перечень тем и тестовых заданий на контрольные работы

Электронный бизнес

1. К какой категории электронного бизнеса относится взаимодействие власти и малого бизнеса на официальном сайте мэрии?
   1. Бизнес-бизнес
   2. Бизнес-потребитель
   3. Потребитель-потребитель
   4. Бизнес-администрация
2. Назовите термин, означающий теорию и методологию организации маркетинга в гипермедийной среде Интернета.
   1. Интернет-маркетинг
   2. Электронный бизнес
   3. Электронная коммерция
   4. Интернет-бизнес
3. На каком коммуникационном протоколе базируется Интернет?
   1. UDP
   2. SMTP
   3. TCP/IP
   4. ISP
4. Как называется организация, предоставляющая доступ в Интернет?
   1. Модератор
   2. Администратор
   3. Поставщик услуг Интернета

Согласована на портале № 69249

4. Интернет-сервер

5. Как называются компьютеры, которые физически соединяют компьютеры друг с другом и с помощью специального программного обеспечения передают пакеты из одной сети в другую?
   1. Серверы
   2. Маршрутизаторы
   3. Идентификаторы
   4. Инсталляторы
6. К какой зоне относится домен uk?
   1. Географическая
   2. Организационная
   3. Мировая
   4. Сетевая
7. Как называется модель доставки информации потребителям, в которой информация предоставляется по запросу?
   1. “Один-одному”
   2. “Один ко многим”
   3. Pull
   4. Push
8. Как называется характеристика протекания процесса коммуникации, определяемая отношением друг к другу коммуникационных сообщений или отношением текущего коммуникационного сообщения к предшествующему?
   1. Интерактивность
   2. Постоянство
   3. Гипермедийность
   4. Аутентификация
9. Какие действия выполняются при анализе текста по отношению к стоп-словам?
   1. Удаления из текста
   2. Вычисления частоты вхождения стоп-слова в текст
   3. Вычисления ранга частоты вхождения стоп-слова в текст
   4. Подсчитывается количество стоп-слов в тексте
10. Учет морфологии языка означает, что.
    1. Машина автоматически учитывает все формы данного термина
    2. Машина автоматически ведет поиск по словосочетанию
    3. Машина автоматически ведет поиск по фразе
    4. Машина полуавтоматически ведет поиск по фразе

9.2. Методические рекомендации

Учебный материал излагается в форме, предполагающей самостоятельное мышление студентов, самообразование. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Начать изучение дисциплины необходимо со знакомства с рабочей программой, списком учебно-методического и программного обеспечения. Самостоятельная работа студента включает работу с учебными материалами, выполнение контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом.

В процессе изучения дисциплины для лучшего освоения материала необходимо регулярно обращаться к рекомендуемой литературе и источникам, указанным в учебных материалах; пользоваться через кабинет студента на сайте Университета образовательными ресурсами электронно-библиотечной системы, а также общедоступными интернет-порталами, содержащими научно-популярные и специализированные материалы, посвященные различным аспектам учебной дисциплины.

При самостоятельном изучении тем следуйте рекомендациям:

– чтение или просмотр материала осуществляйте со скоростью, достаточной для индивидуального понимания и освоения материала, выделяя основные идеи; на основании изученного составить тезисы. Освоив материал, попытаться соотнести теорию с примерами из практики;

Согласована на портале № 69249

– если в тексте встречаются незнакомые или малознакомые термины, следует выяснить их значение для понимания дальнейшего материала;

– осмысливайте прочитанное и изученное, отвечайте на предложенные вопросы.

Студенты могут получать индивидуальные консультации, в т.ч. с использованием средств телекоммуникации.

По дисциплине могут проводиться дополнительные занятия, в т.ч. в форме вебинаров. Расписание вебинаров и записи вебинаров публикуются в электронном курсе по дисциплине.

9.3. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 9.4.

Таблица 9.4 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Категории обучающихся	Виды дополнительных оценочных материалов	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушениями зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Преимущественно дистанционными методами
С ограничениями по общемедицинским показаниям	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы	Преимущественно проверка методами, определяющимися исходя из состояния обучающегося на момент проверки

9.4. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

– в печатной форме;

– в печатной форме с увеличенным шрифтом;

– в форме электронного документа;

– методом чтения ассистентом задания вслух;

– предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

– письменно на бумаге;

– набор ответов на компьютере;

– набор ответов с использованием услуг ассистента;

– представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

Согласована на портале № 69249

– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Согласована на портале № 69249

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры АОИ
протокол № 6 от «10» 12 2020 г.

СОГЛАСОВАНО:

Должность	Инициалы, фамилия	Подпись
Заведующий выпускающей каф. АОИ	А.А. Сидоров	Согласовано, d4895b45-5d88-49f8-b7c7-e8bf0196776a
Заведующий обеспечивающей каф. АОИ	А.А. Сидоров	Согласовано, d4895b45-5d88-49f8-b7c7-e8bf0196776a
Декан ФДО	И.П. Черкашина	Согласовано, 4580bdea-d7a1-4d22-bda1-21376d739cfc

ЭКСПЕРТЫ:

Доцент, каф. АОИ	Ю.В. Морозова	Согласовано, 8461038d-613f-4932-8e22-2b7293a14b92
Заведующий кафедрой, каф. АОИ	А.А. Сидоров	Согласовано, d4895b45-5d88-49f8-b7c7-e8bf0196776a

РАЗРАБОТАНО:

Доцент, каф. АОИ	Ю.В. Морозова	Разработано, 8461038d-613f-4932-8e22-2b7293a14b92

Согласована на портале № 69249