

Документ подписан простотой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Сенченко Павел Васильевич  
Должность: Проректор по учебной работе  
Дата подписания: 11.11.2023 20:23:30  
Уникальный программный ключ:  
27e516f4c088deb62ba68945f4406e13fd454355

**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 УР

Документ подписан электронной подписью  
Сертификат: a1119608-cdff-4455-b54e-5235117c185c  
Владелец: Сенченко Павел Васильевич  
Действителен: с 17.09.2019 по 16.09.2024

**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: **очная**  
Факультет: **Факультет систем управления (ФСУ)**  
Кафедра: **Кафедра автоматизации обработки информации (АОИ)**  
Курс: **2**  
Семестр: **4**  
Учебный план набора 2023 года

**Объем дисциплины и виды учебной деятельности**

| Виды учебной деятельности          | 4 семестр | Всего | Единицы |
|------------------------------------|-----------|-------|---------|
| Лекционные занятия                 | 18        | 18    | часов   |
| Лабораторные занятия               | 26        | 26    | часов   |
| Самостоятельная работа             | 64        | 64    | часов   |
| Общая трудоемкость                 | 108       | 108   | часов   |
| (включая промежуточную аттестацию) | 3         | 3     | з.е.    |

| Формы промежуточной аттестация | Семестр |
|--------------------------------|---------|
| Зачет                          | 4       |

## 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 электронного 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.03.11.

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 |
|---|-----------------------------------|---|
| <b>Универсальные компетенции</b>        |                                   |   |
| -                                       | -                                 | -   |
| <b>Общепрофессиональные компетенции</b> |                                   |   |

|  |  |   |
|--|--|---|
| 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   | Знает 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  | Умеет 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 | Владеет методами и инструментами маркетинга в Интернет, навыками планирования рекламных компаний в Интернет   |
| <b>Профессиональные компетенции</b>  |  |   |
| -  | -  | -   |

**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 3 зачетных единиц, 108 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  |
|---|-------------|-----------|
|   |             | 4 семестр |
| <b>Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего</b> | 44          | 44        |
| Лекционные занятия  | 18          | 18        |

|   |     |     |
|---|-----|-----|
| Лабораторные занятия  | 26  | 26  |
| <b>Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. контактная внеаудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего</b> | 64  | 64  |
| Подготовка к тестированию   | 26  | 26  |
| Подготовка к зачету   | 12  | 12  |
| Подготовка к лабораторной работе, написание отчета  | 26  | 26  |
| <b>Общая трудоемкость (в часах)</b>   | 108 | 108 |
| <b>Общая трудоемкость (в з.е.)</b>  | 3   | 3   |

## 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                                   | Лек. зан., ч | Лаб. раб. | Сам. раб., ч | Всего часов (без экзамена) | Формируемые компетенции |
|--|--------------|-----------|--------------|----------------------------|-------------------------|
| <b>4 семестр</b>   |              |           |              |                            |                         |
| 1 Электронный бизнес как трансформация традиционных бизнес-процессов | 2            | -         | 10           | 12                         | ОПК-2                   |
| 2 Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C)      | 4            | 18        | 14           | 36                         | ОПК-2                   |
| 3 Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B)        | 4            | -         | 6            | 10                         | ОПК-2                   |
| 4 Осуществление платежей в системах электронной коммерции            | 2            | -         | 6            | 8                          | ОПК-2                   |
| 5 Интернет-маркетинг и реклама в Интернет                            | 6            | 8         | 28           | 42                         | ОПК-2                   |
| Итого за семестр   | 18           | 26        | 64           | 108                        |                         |
| Итого  | 18           | 26        | 64           | 108                        |                         |

### 5.2. Содержание разделов (тем) дисциплины

Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям)

| Названия разделов (тем) дисциплины                                   | Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям)  | Трудоемкость (лекционные занятия), ч | Формируемые компетенции |
|--|---|--------------------------------------|-------------------------|
| <b>4 семестр</b>   |   |                                      |                         |
| 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                                    | ОПК-2                   |
|  | 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 услуг  | 4  | ОПК-2 |
|   | 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  | ОПК-2 |
|   | 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  | ОПК-2 |
|   | Итого   | 2  |       |
| 5 Интернет-маркетинг и реклама в Интернет                       | 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.                          | 6  | ОПК-2 |
|   | Итого   | 6  |       |
| Итого за семестр  |   | 18 |       |
| Итого   |   | 18 |       |

### 5.3. Практические занятия (семинары)

Не предусмотрено учебным планом

### 5.4. Лабораторные занятия

Наименование лабораторных работ приведено в таблице 5.4.

Таблица 5.4 – Наименование лабораторных работ

| Названия разделов (тем) дисциплины | Наименование лабораторных работ | Трудоемкость, ч | Формируемые компетенции |
|------------------------------------|---------------------------------|-----------------|-------------------------|
| <b>4 семестр</b>                   |                                 |                 |                         |

|   |   |    |       |
|---|---|----|-------|
| 2 Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C) | Анализ действующих Интернет-магазинов.  | 4  | ОПК-2 |
|   | Системы предоставляющие сервисы аренды торговых площадок                        | 4  | ОПК-2 |
|   | Готовые решения создания интернет-магазина                                      | 4  | ОПК-2 |
|   | Разработка интернет-магазина «на заказ»   | 6  | ОПК-2 |
|   | Итого   | 18 |       |
| 5 Интернет-маркетинг и реклама в Интернет                       | Маркетинговые исследования размера аудитории потенциальных покупателей магазина | 4  | ОПК-2 |
|   | Разработка рекламной кампании в сети Интернет.                                  | 4  | ОПК-2 |
|   | Итого   | 8  |       |
| Итого за семестр  |   | 26 |       |
| Итого   |   | 26 |       |

### 5.5. 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      |
|--|--|-----------------|-------------------------|---------------------|
| <b>4 семестр</b>   |  |                 |                         |                     |
| 1 Электронный бизнес как трансформация традиционных бизнес-процессов | Подготовка к тестированию                          | 6               | ОПК-2                   | Тестирование        |
|  | Подготовка к зачету                                | 4               | ОПК-2                   | Зачёт               |
|  | Итого  | 10              |                         |                     |
| 2 Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C)      | Подготовка к тестированию                          | 6               | ОПК-2                   | Тестирование        |
|  | Подготовка к лабораторной работе, написание отчета | 6               | ОПК-2                   | Лабораторная работа |
|  | Подготовка к зачету                                | 2               | ОПК-2                   | Зачёт               |
|  | Итого  | 14              |                         |                     |
| 3 Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B)        | Подготовка к тестированию                          | 4               | ОПК-2                   | Тестирование        |
|  | Подготовка к зачету                                | 2               | ОПК-2                   | Зачёт               |
|  | Итого  | 6               |                         |                     |
| 4 Осуществление платежей в системах электронной коммерции            | Подготовка к тестированию                          | 4               | ОПК-2                   | Тестирование        |
|  | Подготовка к зачету                                | 2               | ОПК-2                   | Зачёт               |
|  | Итого  | 6               |                         |                     |

|   |  |    |       |                     |
|---|--|----|-------|---------------------|
| 5 Интернет-маркетинг и реклама в Интернет | Подготовка к тестированию                          | 6  | ОПК-2 | Тестирование        |
|   | Подготовка к лабораторной работе, написание отчета | 20 | ОПК-2 | Лабораторная работа |
|   | Подготовка к зачету                                | 2  | ОПК-2 | Зачёт               |
|   | Итого  | 28 |       |                     |
| Итого за семестр                          |  | 64 |       |                     |
| Итого                                     |  | 64 |       |                     |

### 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                           |
|-------------------------|---------------------------|-----------|-----------|--|
|                         | Лек. зан.                 | Лаб. раб. | Сам. раб. |  |
| ОПК-2                   | +                         | +         | +         | Зачёт, Лабораторная работа, Тестирование |

## 6. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

### 6.1. Балльные оценки для форм контроля

Балльные оценки для форм контроля представлены в таблице 6.1.

Таблица 6.1 – Балльные оценки

| Формы контроля           | 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 |
|--------------------------|--|---|---|------------------|
| <b>4 семестр</b>         |  |   |   |                  |
| Зачёт                    | 0  | 0   | 0   | 0                |
| Лабораторная работа      | 16   | 16  | 20  | 52               |
| Тестирование             | 16   | 16  | 16  | 48               |
| Итого максимум за период | 32   | 32  | 36  | 100              |
| Нарастающим итогом       | 32   | 64  | 100   | 100              |

### 6.2. Пересчет баллов в оценки за текущий контроль

Пересчет баллов в оценки за текущий контроль представлен в таблице 6.2.

Таблица 6.2 – Пересчет баллов в оценки за текущий контроль

| Баллы на дату текущего контроля                       | Оценка |
|---|--------|
| ≥ 90% от максимальной суммы баллов на дату ТК         | 5      |
| От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату ТК | 4      |
| От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату ТК | 3      |
| < 60% от максимальной суммы баллов на дату ТК         | 2      |

### 6.3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку представлен в таблице 6.3.

Таблица 6.3 – Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

| Оценка                               | 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  | E (посредственно)       |
|                                      | 60 – 64  |                         |
| 2 (неудовлетворительно) (не зачтено) | Ниже 60 баллов   | F (неудовлетворительно) |

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 7.1. Основная литература

1. Рынки информационно-коммуникационных технологий: Учебное пособие / Н. В. Замятин - 2018. 185 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/8263>.

### 7.2. Дополнительная литература

1. Основы электронной коммерции и интернет-маркетинга: Учебное пособие / Д. Н. Бараксанов - 2011. 132 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/2177>.

### 7.3. Учебно-методические пособия

#### 7.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Электронный бизнес: Методические указания к лабораторным работам и по организации самостоятельной работы / Д. Н. Бараксанов - 2012. 10 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <https://edu.tusur.ru/publications/8550>.

#### 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;
- 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. 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. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория с достаточным



количеством посадочных мест для учебной группы, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются мультимедийное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по лекционным разделам дисциплины.

## **8.2. Материально-техническое и программное обеспечение для лабораторных работ**

Компьютерный класс: учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа, помещение для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций; 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 407 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Интерактивный плоскпанельный дисплей SMART VIZION DC75-E4;
- Магнитно-маркерная доска;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

- Google Chrome, Open Source;
- MS Visual Studio 2015, AZURE DEV TOOLS FOR TEACHING;
- Microsoft Office 2013 Standard;
- Mozilla Firefox, GNU LGPL;

Лаборатория "Информатика и программирование": учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа, помещение для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций; 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 428 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Проектор Epson EB-982W;
- Проекционный экран;
- Магнитно-маркерная доска - 2 шт.;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

- Google Chrome, Open Source;
- MS Visio 2010, AZURE DEV TOOLS FOR TEACHING;
- Microsoft Office 2010 Standard;
- Mozilla Firefox, GNU LGPL;

Компьютерный класс: учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий лабораторного типа, помещение для курсового проектирования (выполнения курсовых работ), помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций; 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 432а ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Магнитно-маркерная доска;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

- Google Chrome, Open Source;
- MS Visio 2010, AZURE DEV TOOLS FOR TEACHING;
- Microsoft Office 2010 Standard;
- Mozilla Firefox, GNU LGPL;

## **8.3. 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.

#### **8.4. 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 Электронный бизнес как трансформация традиционных бизнес-процессов | ОПК-2                   | Зачёт               | Перечень вопросов для зачета        |
|  |                         | Тестирование        | Примерный перечень тестовых заданий |
| 2 Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C)      | ОПК-2                   | Зачёт               | Перечень вопросов для зачета        |
|  |                         | Лабораторная работа | Темы лабораторных работ             |
|  |                         | Тестирование        | Примерный перечень тестовых заданий |

|   |       |                     |                                     |
|---|-------|---------------------|-------------------------------------|
| 3 Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B) | ОПК-2 | Зачёт               | Перечень вопросов для зачета        |
|   |       | Тестирование        | Примерный перечень тестовых заданий |
| 4 Осуществление платежей в системах электронной коммерции     | ОПК-2 | Зачёт               | Перечень вопросов для зачета        |
|   |       | Тестирование        | Примерный перечень тестовых заданий |
| 5 Интернет-маркетинг и реклама в Интернет                     | ОПК-2 | Зачёт               | Перечень вопросов для зачета        |
|   |       | Лабораторная работа | Темы лабораторных работ             |
|   |       | Тестирование        | Примерный перечень тестовых заданий |

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

| Оценка                     | Баллы за ОМ                                | Формулировка требований к степени сформированности планируемых результатов обучения |   |  |
|----------------------------|--|---|---|--|
|                            |  | знать   | уметь   | владеть  |
| 2<br>(неудовлетворительно) | < 60% от максимальной суммы баллов         | отсутствие знаний или фрагментарные знания  | отсутствие умений или частично освоенное умение             | отсутствие навыков или фрагментарные применение навыков              |
| 3<br>(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<br>(неудовлетворительно) | Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале или<br>Знать на уровне <b>ориентирования</b> , 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<br>(удовлетворительно)   | Знать и уметь на <b>репродуктивном</b> уровне. Обучающихся знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях.   |
| 4 (хорошо)                 | Знать, уметь, владеть на <b>аналитическом</b> 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 <b>системном</b> 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

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 обеспечения для интернет-магазина. 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 стандартизированной продукцией, типовыми товарами с достаточно узкой номенклатурой в каждой товарной группе, таким образом, чтобы она была привлекательна для рынков, где 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;
  - 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 вопросов для зачета

1. Какие новые возможности предоставляет использование электронной коммерции

- участникам бизнес-отношений?
2. Какие критерии могут применяться для классификации систем электронной коммерции?
  3. Какие системы электронной коммерции являются наиболее распространенными в секторе взаимодействия физических лиц?
  4. Опишите общую схему интернет-покупки.
  5. На какие классы можно разделить системы электронной коммерции B2B-сектора?
  6. Опишите назначение и возможности ERP-систем. В чем отличие ERP и MRPII? Что нового, согласно концепции ERP II, должны включать системы класса ERP?
  7. Для чего используются системы класса CRM? Назовите основные принципы создания CRM-систем. Какие функциональности должна содержать CRM-система?
  8. Что представляют собой электронные торговые площадки?
  9. Сущность электронного бизнеса. Достоинства и недостатки. 1
  10. Интернет как катализатор развития электронной коммерции. Классификация систем электронной коммерции.
  11. Характеристика систем электронной коммерции потребительского сектора.
  12. Интернет-магазин: структура и функции. Основные подходы к способам реализации интернет-магазина. 1
  13. Системы электронной коммерции в индустрии услуг.
  14. Корпоративные информационные системы.
  15. Системы управления взаимоотношениями с поставщиками (CSM).
  16. Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). 1
  17. Корпоративные порталы и инструменты ведения электронного бизнеса в корпоративном секторе.
  18. Электронные торговые площадки.
  19. Классификация платежей и платежных систем. Кредитные и дебетовые электронные платежные системы.
  20. Основные шаги подключения к платежным системам. Некоторые аспекты безопасности платежей.
  21. Понятие интернет-маркетинга. 2
  22. Методы и инструменты проведения маркетинговых исследований в Интернет.
  23. Методы и средства продвижения в Интернет.
  24. Ценовые модели размещения рекламы. 2
  25. Медиапланирование и оценка эффективности рекламных кампаний в Интернет

### **9.1.3. Темы лабораторных работ**

1. Анализ действующих Интернет-магазинов.
2. Системы предоставляющие сервисы аренды торговых площадок
3. Готовые решения создания интернет-магазина
4. Разработка интернет-магазина «на заказ»
5. Маркетинговые исследования размера аудитории потенциальных покупателей магазина
6. Разработка рекламной кампании в сети Интернет.

### **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;

– 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 / электронном журнале 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:**

- 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.

## ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры АОИ  
протокол № 13 от «15» 12 2022 г.

### СОГЛАСОВАНО:

| Должность                           | Инициалы, фамилия | Подпись  |
|-------------------------------------|-------------------|--|
| Заведующий выпускающей каф. АОИ     | А.А. Сидоров      | Согласовано,<br>d4895b45-5d88-49f8-<br>b7c7-e8bf0196776a |
| Заведующий обеспечивающей каф. АОИ  | А.А. Сидоров      | Согласовано,<br>d4895b45-5d88-49f8-<br>b7c7-e8bf0196776a |
| И.О. начальника учебного управления | И.А. Лариошина    | Согласовано,<br>c3195437-a02f-4972-<br>a7c6-ab6ee1f21e73 |

### ЭКСПЕРТЫ:

|                               |              |  |
|-------------------------------|--------------|--|
| Доцент, каф. АОИ              | Н.Ю. Салмина | Согласовано,<br>ed28a52c-a209-461c-<br>b4ed-4e958affbfc7 |
| Заведующий кафедрой, каф. АОИ | А.А. Сидоров | Согласовано,<br>d4895b45-5d88-49f8-<br>b7c7-e8bf0196776a |

### РАЗРАБОТАНО:

|                                 |                 |  |
|---------------------------------|-----------------|--|
| Старший преподаватель, каф. АОИ | Л.И. Синчинова  | Разработано,<br>90a7608e-274c-45a6-<br>b9cf-2c55c524e3f0 |
| Доцент, каф. АОИ                | Д.Н. Бараксанов | Разработано,<br>087ff901-f6ba-4c3e-<br>a46e-e074d55ae6a8 |