

«УТВЕРЖДАЮ»

Декан факультета ИСТ

наименование факультета

\_\_\_\_\_ Салмин А.А.

подпись

Фамилия И.О.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2014 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ Электронный бизнес, ЭБ

---

наименование учебной дисциплины (полное, сокращенное)

Направление (специальность) 38.03.05 (080500.62) Бизнес-информатика  
подготовки

код и наименование направления (специальности) подготовки

Профиль (специализация)  
подготовки

Электронный бизнес

указывается при наличии

Квалификация (степень)  
выпускника

Бакалавр

бакалавр, магистр, дипломированный специалист

Факультет

Информационных систем и технологий

наименование факультета

Кафедра

Электронной коммерции

наименование кафедры

Курс 3 семестр 5

Форма обучения

Очная полная

очная (заочная) - полная (сокращенная, ускоренная)

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры ЭК

Протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 2014 г.

Заведующий кафедрой Электронной коммерции

наименование кафедры

\_\_\_\_\_ Юрасов А.В.

подпись

Фамилия И.О.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2014 г.

Самара  
2014

## Рабочая программа дисциплины «Электронный бизнес»

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины «Электронный бизнес» студентам очной полной формы обучения по направлению (специальности) подготовки бакалавра 38.03.05 Бизнес-информатика и профилю (специализации) подготовки «Электронный бизнес» на 3 курсе в 5 семестре.

Рабочая программа дисциплины «Электронный бизнес», составлена в соответствии с решением Ученого Совета ФГОБУ ВПО ПГУТИ  
Протокол № 7 от «26» февраля 2014г.

### *Программу составил*

зав. каф. ЭК  
должность

д.э.н., проф.  
уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_  
подпись

Юрасов А.В.  
фамилия, имя, отчество

ст. преподаватель  
должность

\_\_\_\_\_  
уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_  
подпись

Гайдук А.Е.  
фамилия, имя, отчество

« 27 » августа 2014 г.

### *Рецензент*

\_\_\_\_\_  
должность

\_\_\_\_\_  
уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
фамилия, имя, отчество

« 28 » августа 2014 г.

## **1. Цели и задачи дисциплины**

Цель курса – формирование у студентов знаний, умений и навыков применения технологий реализации электронного бизнеса, использования методов построения электронного бизнеса, его инструментария при работе на различных сегментах рынка; базовая подготовка по технологиям электронного бизнеса и навыки по применению данных технологий, достаточные для последующей самостоятельной работы со специальной литературой и изучения специальных дисциплин.

Основные задачи изучения дисциплины:

1. формирование у студентов необходимых знаний по дисциплине;
2. ознакомление с техническими, алгоритмическими, программными и технологическими решениями, используемыми в данной области;
3. создание и развитие у студентов умений методического и прикладного характера, необходимых в электронном бизнесе;
4. выработка практических навыков аналитического и экспериментального исследования основных методов и средств, используемых в области, изучаемой в рамках данной дисциплины.

## **2. Место дисциплины в учебном процессе (в структуре ООП)**

Дисциплина относится к циклу Б.3. профессиональных дисциплин и вариативной части основной образовательной программы.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

1. Бухгалтерский и управленческий учет;
2. Микроэкономика;
3. Эффективность ИТ;
4. Управление ИТ-сервисами и контентом;
5. Менеджмент.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

1. Интернет-маркетинг;
2. Системы поддержки принятия решений;
3. Информационные системы финансово-экономического анализа.

## **3. Требования к уровню освоения содержания дисциплины**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

- сущность и значение информации в развитии современного общества; владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации (ОК – 12);

Уметь:

- работать с информацией из различных источников (ОК-7);
- находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность (ОК-8);
- выбирать рациональные ИС и ИКТ-решения для управления бизнесом (ПК-2,3);
- управлять контентом предприятия и Интернет-ресурсов, управлять процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов) (ПК-7);
- позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет (ПК-11);

- проектировать и внедрять компоненты ИТ-инфраструктуры предприятия, обеспечивающие достижение стратегических целей и поддержку бизнес-процессов (ПК-15);
- проектировать архитектуру электронного предприятия (ПК-17);
- разрабатывать контент и ИТ-сервисы предприятия и Интернет-ресурсов (ПК-18);
- консультировать заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонент (ПК-23).

Владеть:

- навыками работы с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);
- навыками работы с информацией из различных источников (ОК-16);

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

Вид учебной работы	Всего часов	№ семестра		
		5		
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>288</b>	<b>288</b>		
<b>Аудиторные занятия (Ауд)</b>	46	46		
<i>Лекции (ЛК)</i>	18	18		
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	28	28		
<i>Семинары (Сем)</i>				
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	28	28		
<b>Самостоятельная работа (СР)</b>				
Курсовой проект (работа) – (КП, КР)				
Контрольное задание – (КЗ)				
Расчетно-графическая работа (РГР)				
Реферат (Реф)				
<b>Другие виды самостоятельной работы</b>	<b>214</b>	<b>214</b>		
Самоподготовка (Сам) (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	<b>214</b>	<b>214</b>		
<b>Вид итогового контроля</b> (экзамен, зачет, дифференцированный зачет)	экзамен	экз		

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Понятие и сущность электронной коммерции	История электронной коммерции. Структура рынка электронной коммерции. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции. Базовые технологии (технико-экономические и правовые основы) электронной коммерции
2.	Системы электронной коммерции	Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B) ресурсов.

	корпоративном (B2B) и потребительских (B2C, C2C) секторах	Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C)
3.	Концепция электронного правительства. Киберпреступность. Перспективы электронной коммерции	Системы электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B). Мошенничество в Интернете. Дополненная реальность,

### 5.2 Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№ № разделов данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин		
		1	2	3
1.	Интернет-маркетинг		+	
2.	Системы поддержки принятия решений		+	
3.	Информационные системы финансово-экономического анализа			+

### 5.3 Разделы дисциплины и виды занятий по семестрам

#### Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре

№	Наименование разделов дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Всего	Аудиторная работа					
				ЛК	ПЗ	ЛР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1.	Понятие и сущность электронной коммерции	1-6	98	8	8	8	80	тест, ОК-12, ОК-7, ОК-8, ОК-13, ОК-16	
2.	Системы электронной коммерции в корпоративном (B2B) и потребительских (B2C, C2C) секторах	7-13	95	8	10	10	88	тест, ПК-2, ПК-3, ПК-7, ПК-18, ПК-23	
3.	Концепция электронного правительства. Киберпреступность. Перспективы электронной коммерции	14-18	95	2	10	10	46	тест, ПК-11, ПК-15, ПК-17	
<i>Итого за семестр:</i>			<b>288</b>	<b>18</b>		<b>28</b>	<b>214</b>		
<b>Всего за весь курс:</b>			<b>288</b>	<b>18</b>		<b>28</b>	<b>214</b>	<b>экзамен</b>	

## 6. Тематический план изучения дисциплины

## 6.1 Лабораторные работы

№ ЛР	№№ семестров и разделов курса	Наименование лабораторных работ	Кол-во часов
1	2	3	4
1	5/1	Разработка и реализация веб-сайта по тематике электронной коммерции	10
2	5/2	Освоение возможностей ERP-системы Microsoft Business Solutions Dynamics	4
3	5/2	Освоение возможностей ERP-системы SAP	8
4	5/3	Анализ принципов построения электронного правительства на основе использования портала «Госуслуги»	6
Итого			36

## 6.2 Практические (семинарские) занятия 5 семестр

№ семестров и раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Кол-во часов
1	2	3
5/1	<p>История развития ERP-систем. Актуальность проблемы. Факторы снижения издержек. Технологическая основа решения.</p> <p>История развития крупнейших предприятий отрасли (IBM, Dell, Microsoft, Intel, Apple и пр.). Специализация, конкретные товары, которыми компании завоевали рынок</p> <p>Возникновение феномена Интернет: появление локальных сетей, их структура, эволюция. Используемые механизмы коммутации.</p> <p>Правовое обеспечение электронной коммерции. Время и место появления первых регулирующих актов. Отличительные черты по сравнению с регулированием обычной коммерции. Сложности и проблемы правового обеспечения электронной коммерции</p>	6
5/2	<p>Электронные торговые площадки: виды, причины возникновения, предоставляемые услуги. Крупнейшие российские и мировые электронные торговые площадки.</p> <p>Бизнес-инкубаторы в России: типы, местоположение, направления деятельности, участие частного и государственного капитала, наиболее известные проекты, связанные с электронной коммерцией.</p>	6
5/2	<p>Стандартный интернет-магазин: структура, понятие «фронт-оффис» и «бэк-оффис» технические основы функционирования.</p> <p>Этапы создания интернет-магазина «с нуля», возникающие сложности.</p>	6

5/3	Понятие «электронное правительство», его минимально достаточные структурные компоненты. Типы и сущность проблем, возникающих при реализации концепции электронного правительства (технические, этические, организационные и пр.)	6
5/3	Понятие «киберпреступность», виды, наиболее известные примеры. Методы борьбы с киберпреступностью. Основные рекомендации по сведению к минимуму угрозы преступления.	4
Итого		28

**6.3 Курсовой проект (работа) не предусмотрен учебным планом специальности.**

**6.4 Самостоятельное изучение разделов дисциплины**

№ раздела	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
1	2
1	Факторы развития систем электронной коммерции. Преимущества использования электронной коммерции
2	Автоматизированные системы управления ресурсами предприятия. Корпоративные представительства в Интернете. Вертикальные торговые площадки в Интернете
3	Концепция географической информационной системы. Способы защиты от киберпреступности. Основные направления развития систем электронной коммерции

**6.5 Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях**

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

Семестр	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии
1	ЛК	Чтение лекций с использованием мультимедийного оборудования
	ЛР	Защита лабораторных работ с разбором авторских вариантов

При изучении дисциплины предусматриваются встречи с представителями компании «Вебровер»

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **7.1 Рекомендуемая литература**

#### **7.1.1 Основная литература**

1. Иванов А.В., Юрасов А. В. Интернет-маркетинг. – М.: Горячая линия-Телеком, 2010.– 240 с.
2. Щербаков А.Ю. Современная компьютерная безопасность. Теоретические основы. Практические аспекты. – М.: Книжный мир, 2009.– 352 с.

#### **7.1.2 Дополнительная литература**

1. Алексунин В.А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете – М.: Дашков и К, 2008.– 214 с.
2. Ахромов Я.В. Системы электронной коммерции. Практическое руководство. – М.: Оникс, 2007.– 416 с.
3. Нельзина О.Г. Информационные системы для электронной коммерции. –Ростов н/Д: Феникс, 2008.– 271 с.
4. О'Лири Д. ERP системы. Современное планирование и управление ресурсами предприятия. Выбор, внедрение, эксплуатация. – М.: Вершина, 2004.– 272 с.
5. Сибирская Е. В.Электронная коммерция. – М.: ФОРУМ, 2008.– 288 с.
6. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции. – М.: Горячая линия-Телеком, 2008.– 480 с.

### **7.2 Средства обеспечения освоения дисциплины**

#### **7.2.1 Методические указания и материалы по видам занятий**

- 1) Методические указания к лабораторным занятиям по учебной дисциплине «Электронный бизнес».

#### **7.2.2 Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий по видам занятий**

Программное обеспечение для выполнения лабораторных работ (перечень программ):

- программа Microsoft Business Solutions–Dynamics (демо-версия),
- программа SAP (лицензия GBE).

#### **7.2.3 Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы студента**

##### **Раздел 1 «Понятие и сущность электронной коммерции»**

1. Как называется и в чем заключается совокупность правил поведения и обхождения, принятых при использовании компьютерных сетей?
2. Когда появились первые системы электронной коммерции?
3. Опишите алгоритм автоматизации планирования материальных запасов (MRP).
4. До какого года коммерческое использование Интернета было запрещено соответствующим регламентом, который определялся Национальным научным фондом США?
5. Каков был ассортимент первого интернет-магазина?
6. Перечислите элементы входящие в состав современной ERP-системы?
7. Какие функции выполняет открытый ключ ЭЦП.
8. Какова профессиональная принадлежность разработчика механизмов практической реализации системы электронных денег?
9. Какие возможности для поставщиков, предоставляются технологиями электронной коммерции?
10. Дайте описание предметной области электронной коммерции.
11. Какой язык используется при программировании виртуальных агентов?

12. Назовите факторы снижения издержек при использовании электронной коммерции?
13. Каково условное обозначение корпоративного сектора электронной коммерции?
14. Какие возможности для потребителей, предоставляются технологиями электронной коммерции?
15. Назовите факторы, влияющие на развитие технологий электронной коммерции.
16. Какие из характеристик проведения торговой операции изменились в связи с появлением технологий электронной коммерции?
17. Где и когда были заложены теоретические основы технологий электронной аутентификации, электронного заключения сделок и электронных денег?
18. Что такое поисковая реклама и когда она появилась?
19. Условное обозначение потребительского сектора электронной коммерции?
20. Какой функционал предоставляют и где используются MRP-системы?
21. Что такое аутентификация?
22. Для чего используется прокси-сертификат ЭЦП?
23. Перечислите основные информационные элементы MRP-систем?
24. Когда Всемирной торговой организацией было принято решение освободить от обложения таможенными пошлинами данные и программные продукты, приобретенные и доставленные с помощью Интернета?
25. В чем отличие ERP-систем от CSRP-систем?
26. Что такое авторизация?
27. Какие элементы входят в состав MRP-системы?
28. Какой стандарт используется при построении и использовании виртуальных агентов?
29. В каком году был распространен проект документа Всемирного банка «Электронные государственные закупки»?
30. Что такое флейм?

**Раздел 2 «Системы электронной коммерции в корпоративном (B2B) и потребительских (B2C, C2C) секторах»**

1. Какие устройства используются в мобильной коммерции?
2. Какими возможностями и инфраструктурой обладают венчурные инкубаторы?
3. Что такое виртуальное предприятие?
4. Для решения каких задач используются SCM-системы?
5. Каковы причины возникновения CRM-систем?
6. Приведите примеры использования технологий OLAP и Data Mining в CRM-системах?
7. Перечислите типы корпоративного присутствия в Интернете?
8. В чем экономический смысл понятия дезинтермедиация?
9. Каково назначение и основные элементы систем класса e-distribution?
10. Что такое венчурные порталы?
11. Перечислите способы осуществления платежей в мобильной коммерции.
12. Принципы работы и структура типичной CRM-системы?
13. Для решения каких задач используются системы E-procurement?
14. Что такое Сетевые инкубаторы?
15. В чем отличие оперативной, аналитической и коллаборационной CRM?
16. Какие Вам известны варианты организации торгово-закупочных B2B-систем?
17. В чем преимущества виртуальных предприятий перед обычными?
18. Что такое Электронный каталог?
19. В чем отличие венчурного портала от венчурного инкубатора?
20. Чем отличаются маркет-ордера от лимит-ордеров в интернет-трейдинге?
21. В чем преимущества и недостатки для продавца участия в электронном торговом ряду?

22. Перечислите известные вам технологии электронной коммерции и типы предприятий, используемые в секторе электронной коммерции B2C.
23. В чем состоит использование технологии персонализации интернет-магазинами?
24. Что такое интернет-трейдинг?
25. Каковы требования, предъявляемые к условиям труда телеработников?
26. Опишите виды доставки товаров интернет-магазинами.
27. Чем интернет-магазин отличается от интернет-витрины?
28. Опишите процесс взаимодействия участников туристического рынка в Интернете.
29. В чем преимущества и недостатки основных способов оплаты товаров в интернет-магазинах?
30. Чем отличаются стоп-ордера от плавающих стоп-ордеров в интернет-трейдинге?
31. Перечислите факторы, влияющие на принятие решения о совершении покупки различными группами покупателей
32. Из каких двух основных компонент состоит информационное обеспечение, необходимое интернет-трейдеру?
33. Что обозначают понятием Usability?
34. Каковы преимущества интернет-страхования?
35. Какие проблемы страховых компаний позволяет решить использование CRM-систем?
36. Комбинацией каких ордеров является тэйк-профит?
37. В чем сущность фундаментального и технического анализа в интернет-трейдинге?
38. Каковы преимущества и факторы, влияющие на распространение телеработы?
39. Какие основные типы аукционов используются в электронной коммерции?
40. Каковы ключевые характеристики P2P-систем?
41. В чем недостатки бизнес-модели интернет-аукциона по сравнению с бизнес-моделью интернет-биржи? С помощью каких инструментов снижают негативный эффект от действия данных недостатков?
42. Перечислите типы предприятий и технологий относящиеся к сектору электронной коммерции C2C.
43. Каковы направлений применения P2P-систем?
44. Как решается проблема доверия пользователей при использовании P2P-систем?

**Раздел 3** «Концепция электронного правительства. Киберпреступность. Перспективы электронной коммерции»

1. Перечислите функции системы электронных торгов для нужд снабжения государственных организаций.
2. Какие Вам известны существующие на сегодняшний день в мире уровни электронных систем правительственного управления?
3. Опишите виды обрабатываемой информации на разных этапах организации электронных торгов.
4. Как используются критерии бального анализа и их весовые коэффициенты в оценке заявок поставщиков?
5. Опишите структуру электронного правительства?
6. Какие цели преследует создание электронного правительства?
7. В чем суть событийного принципа работы электронного правительства и принципа единого окна?
8. Что является целью создания электронного правительства?
9. Какие задачи решает внедрение технологий электронного правительства?
10. Выполнение каких требований организации доступа к информации должно быть обеспечено при реализации электронной системы государственных закупок?
11. Перечислите основные функциональные подсистемы информационной системы поддержки торгов
12. Как взаимосвязаны между собой в рамках построения электронного правительства технологии ГИС, СППР, ССП, CRM?

13. Перечислите основные типы систем дистанционного банковского обслуживания.
14. Каким условиям должны удовлетворять платёжные системы, чтобы эффективно обеспечивать взаиморасчёты при осуществлении микроплатежей?
15. Какая технология используется для того, чтобы идентифицировать полученную информацию, то есть убедиться, что она пришла от конкретного пользователя в неизменном виде, и удостоверить (подписать) её не зная её содержания?
16. Какие функции выполняет процессинговый центр в системе взаиморасчетов по пластиковым картам?
17. Какие операции выполняет электронный кошелек пользователя системы электронных денег?
18. Как обозначают транзакции по пластиковым картам, во время совершения которых держатель карты не присутствует лично в торговом предприятии, а сообщает реквизиты пластиковой карты заочно (письмом, по телефону, компьютерной сети и т.п.)?
19. Как называется проверка прав пользователя на осуществление транзакций, проводимая в точке обслуживания, результатом которой будет разрешение или запрет операций клиента?
20. Каковы технологии использования систем взаиморасчётов по пластиковым картам в интернет-коммерции?
21. Какими преимуществами и недостатками обладают платежи посредством электронных денег?
22. Как называется персонифицированный платёжный инструмент, используемый для автоматизации безналичных расчётов (как правило, на розничном потребительском рынке), а также обналичивания имеющихся на банковском счёте финансовых средств?
23. Как называется система предоставления банковских услуг клиентам, обеспечивающая возможность совершать через Интернет все стандартные банковские операции, за исключением операций с наличными?
24. Перечислите элементы CRM-системы банка.
25. Какими недостатками обладают электронные чеки и системы «Клиент-Банк» по сравнению с электронными деньгами?
26. Как называется пластиковая карта, предоставляемая компанией сотрудникам для оплаты служебных расходов с единого счёта?
27. Как называется транзакция, для осуществления которой не требуется одновременного непосредственного информационного контакта всех участников транзакции?
28. Что такое стейтмент?
29. Кого называют эмитентом?
30. Что произойдет в ситуации если пластиковая карта находится в «черном списке» эмитента и не подлежит приему к обслуживанию в системе или эмитент не находится в «белом списке» эквайера?
31. Как называются бессрочные обязательства на предъявителя, эмитированные в форме защищённых цифровых сертификатов, которые могут быть: использованы для расчётов через компьютерные сети и обеспечиваются обыкновенными денежными средствами в момент предъявления обязательства?
32. Каковы были недостатки первой системы электронных денег Дэвида Чаума?
33. Что потенциально даёт злоумышленнику перехват электронной купюры?
34. Каковы отличия технологий «Интернет-банкинга» и электронных денег?
35. Что произойдет в ситуации, если в системе взаиморасчетов по пластиковым картам не существует гаранта, для которого гарантированный лимит эмитента и лимит гаранта не были бы превышены?
36. Как называется список эмитентов, пластиковые карты которых допускаются к обслуживанию в инфраструктуре данного эквайера?
37. Как называется список пластиковых карт эмитента, на обслуживание которых в

системе взаиморасчётов по пластиковым картам накладываются дополнительные ограничения?

38. Какую информацию интернет-магазин, принимающий оплату по пластиковой карте, может запросить для того, чтобы удостовериться, что транзакция не является потенциально мошеннической?
39. Как называется услуга приёма к оплате счетов, как правило, по пластиковым картам?
40. Какие Вам известны методы дополнительной идентификации держателя карты?
41. Как называется процедура опротестования транзакции плательщиком, при которой сумма платежа безакцептно списывается с получателя и возвращается плательщику, после чего обязанность доказательства истинности транзакции ложится на получателя?
42. Что вносится в стоп-лист в системах взаиморасчетов по пластиковым картам?
43. Какие функции выполняет POS-терминал?
44. Какими преимуществами и недостатками обладают переводы посредством пластиковых карт с магнитной полосой по сравнению с традиционной формой расчетов наличными?
45. Укажите последовательность действий по проверке пластиковой карты в платежной системе при совершении транзакции.
46. Какими преимуществами и недостатками обладают платежи посредством смарт-карт по сравнению с платежами посредством магнитных карт?
47. Как называется организация, принимающая на себя риски эквайера вызванные возможной неплатёжеспособностью эмитента?
48. Перечислите основные способы поиска информации в Интернете и соответствующие им действия по поисковой оптимизации.
49. Как называется показатель, определяемый как отношение затрат на рекламу к количеству интересующих рекламодателя действий, совершённых привлечёнными рекламой посетителями?
50. Что такое ключевые слова?
51. Какой показатель отражает насколько полно соответствует содержание документа конкретному запросу поисковой системы?
52. Какой показатель демонстрирует эффективность поисковой оптимизации и отражает известность сайта в Интернете?
53. Перечислите относительные показатели эффективности интернет-рекламы.
54. Какой класс программ (интернет-сервисов) позволяет узнать частоту использования тех или иных слов и фраз в поисковых запросах пользователей?
55. Каковы основные пути размещения баннерной рекламы?
56. В чем состоит основное отличие каталогов веб-ресурсов от рейтингов?
57. Перечислите этапы составления семантического ядра сайта.
58. Какие разделы интернет-маркетинга не включены в предметную область интернет-рекламы?
59. Как называется отношение доли показов, которые обеспечивают ссылки на сайт, попавшие в первую десятку результатов поиска, к сумме всех показов обеспечиваемых профильными запросами в данной поисковой системе?
60. В чем достоинства и недостатки поисковой оптимизации по сравнению с поисковой рекламой?
61. Как называется и оценивается поисковыми системами использование неэтичных методов улучшения положения ссылки на веб-страницы в листах ответов поисковых систем?
62. Что такое свопинг?
63. Как называется показатель, определяемый как отношение числа покупателей (пользователей услуг) к числу посетителей торговой площадки или другого веб-ресурса за определённое время?
64. Перечислите методы спамдексинга и дайте им краткую характеристику.

65. К каким группам аудитории можно отнести посетителей сайта, которые регулярно посещают сайт и проводят там не менее одного часа в неделю?
66. Каковы достоинства использования каталогов и рейтингов для популяризации веб-ресурса?
67. Каковы преимущества обмена ссылками?
68. Опишите предметную область интернет-маркетинга.
69. Какие Вам известны способы мотивации пользователей к предоставлению личной информации?
70. Перечислите показатели, характеризующие аудиторию веб-сайта?
71. Какие настройки характеристик рекламной кампании предлагает большинство систем поисковой рекламы?
72. Как называется показатель, определяемый как отношение количества нажатий на рекламное объявление (кликов), к числу показов этого объявления?
73. В какой ситуации профайлинг является нарушением права пользователей на частную жизнь?
74. Как называется множество целевых слов, целевых словосочетаний и сопутствующих сочетаний, отобранное и упорядоченное на основе качественного и количественного анализа поисковой значимости слов и выражений, используемых целевой аудиторией сайта?
75. Перечислите виды организаций-субъектов рынка баннерной рекламы и дайте им краткую характеристику.
76. Опишите виды таргетинга, их преимущества и недостатки.
77. Какова зависимость эффективности демонстрации рекламного материала от числа повторных показов, каким понятием она описывается?
78. Как называется степень соответствия документов информационной потребности пользователя?
79. С помощью каких инструментов можно узнать связь между последовательными поисковыми запросами одних и тех же пользователей?
80. От чего зависит скорость выгорания баннера?
81. В чем преимущества размещения рекламы в сетях обмена баннерами?
82. Как называется и в каких случаях используется запрет на демонстрацию информации участника или пользователя информационного сервиса?
83. Для чего используется таргетинг?
84. На основании каких схем расчёта функционируют партнёрские программы?
85. В чем отличия методов организации рассылки рекламных сообщений Opt-in, Opt-out и Double Opt-in?
86. Каковы основные принципы вирусного маркетинга?
87. Как называется и для чего используется разрешение использовать материалы сайта бесплатно на других веб-ресурсах, но с обязательным требованием установить ссылку на источник?
88. Каков механизм стимулирования увеличения числа участников в партнерских и спонсорских программах, есть ли в нем различия?
89. Каковы преимущества организации рассылки по электронной почте?
90. Опишите предметную область поисковой оптимизации.
91. Как называется показатель, определяемый как отношение числа посетителей коммерческого веб-ресурса, привлечённых рекламой и заинтересовавшихся сервером (посетивших несколько его страниц), к общему числу привлечённых рекламой посетителей?
92. О чем предоставляют информацию счётчики посещений?
93. Перечислите первичные показатели эффективности интернет-рекламы.
94. Какой из показателей эффективности интернет-рекламы наиболее точно отразит эффективность нацеленной на продажи рекламной кампании?
95. Как называется идентификация сайтом индексного робота поисковой системы и предоставление ему специально подготовленных для поисковой системы страниц,

отличных от тех, что видит пользователь?

96. В чем измеряется рекламный охват?

97. Перечислите коммуникационные методы создания виртуального сообщества

98. Как называются некорректные действия, направленные на увеличение показателей счетчиков в системах электронной коммерции?

99. Какие Вам известны основные принципы защиты от киберпреступности?

100. В чем сущность метода киберпреступности под названием «Фишинг»?

101. Как называется метод киберпреступности, основанный на использовании ошибки в логике построения программы, работающей на чужом компьютере?

102. В чем сущность метода киберпреступности под названием «Троянский конь»?

103. Перечислите способы защиты от мошенничества при использовании пластиковых карт.

104. Какие из известных Вам киберпреступлений связаны с инфраструктурой обслуживания пластиковых карт в банкоматах?

105. Каковы основные виды анализа, используемые в ГИС?

106. Какие технологии взаимодействия используют PSA, «умные полки» и т.н. «умные кассы»?

107. Что такое дополненная реальность, как она может быть использована в электронной коммерции?

108. Какие проблемы сдерживают рост реализации цифровых продуктов и услуг?

109. В чем преимущества и недостатки RFID-технологии по сравнению со штриховым кодированием?

110. Какие изменения в процессе общественного воспроизводства связаны с технологиями электронной коммерции?

111. Опишите области применения ГИС-технологий.

112. Каковы элементы RFID-системы предприятия?

113. Каковы перспективы развития электронных платежных систем?

114. Какие факторы сдерживают развитие интернет-торговли в России?

#### **7.2.4 Критерии оценки знаний, умений и навыков**

Итоговой формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **экзамен**. Экзамен проводится по билетам, которые включают 2 (два) теоретических вопроса.

Оценка знаний студентов производится по следующим критериям:

– оценка *«отлично»* выставляется студенту, если он полно ответил на вопрос и продемонстрировал использование концепций и примеров из смежных дисциплин, а также понимание связей и иерархии подразделов курса, наличие собственной точки зрения по проблеме и умение ее защитить, использование в ответе материала из дополнительной литературы, использование в ответе самостоятельно найденных примеров;

– оценка *«хорошо»* выставляется студенту, если он продемонстрировал знание на хорошем уровне терминологии электронного бизнеса, методов и технологий построения, функционирования и использования систем электронного бизнеса, умение четко, кратко и логически связно изложить материал, умение привести практический пример использования конкретных приемов и методов электронного бизнеса;

– оценка *«удовлетворительно»* выставляется студенту, если он продемонстрировал знание содержания вопроса, но не смог раскрыть его полностью либо затруднился с представлением практических примеров и продемонстрировал пробелы во владении терминологией электронного бизнеса;

– оценка *«неудовлетворительно»* выставляется студенту, если он не смог продемонстрировать знание вопроса и владение терминологией электронного бизнеса.

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

### **8.1 Учебно-лабораторное оборудование**

Для проведения лабораторного практикума предназначена специализированная лаборатория – кафедры ЭК (ауд. № 2-10-02).

**Лабораторные работы** выполняются в программном продукте «Microsoft Business Solutions Dynamics» и «SAP».

### **8.2 Технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов**

Мультимедийный проектор с экраном;

Персональный компьютер с установленными компонентами:

- электронный УМК по дисциплине «Электронный бизнес»;
- электронный тестирующий комплекс на основе программы «SunRay TestOfficePro».

## 9. ЛИСТ согласования рабочей программы с другими дисциплинами на 2014/2015 учебный год

Направление подготовки: 38.03.05 (080500.62) Бизнес-информатика  
шифр и наименование

Профиль подготовки: Электронный бизнес  
наименование

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр  
наименование

Дисциплина: Электронный бизнес (ЭБ)  
наименование

Форма обучения: очная полная  
(очная, очно-заочная, заочная)

Учебный год **2014/2015**

Рекомендована заседанием кафедры Электронной коммерции  
наименование кафедры  
протокол № 1 от «28» августа 2014г.

### *Ответственный исполнитель, заведующий кафедрой*

заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Юрасов А.В. \_\_\_\_\_  
должность подпись расшифровка подписи дата

### *Исполнители:*

заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Юрасов А.В. \_\_\_\_\_  
должность подпись расшифровка подписи дата

ст. преподаватель \_\_\_\_\_ Гайдук А.Е. \_\_\_\_\_  
должность подпись расшифровка подписи дата

### **СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
наименование кафедры  
\_\_\_\_\_ подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_ дата

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
наименование кафедры  
\_\_\_\_\_ подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_ дата

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
наименование кафедры  
\_\_\_\_\_ подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_ дата

Председатель методической комиссии по специальности \_\_\_\_\_  
шифр наименование  
\_\_\_\_\_ должность \_\_\_\_\_ подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_ дата

Начальник УОУП \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ подпись \_\_\_\_\_ Кустова М.Н. \_\_\_\_\_  
расшифровка подписи дата