

«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)  
подготовки

38.03.02 Менеджмент

\_\_\_\_\_ код и наименование направления (специальности) подготовки

Профиль (специализация)  
подготовки

Информационный менеджмент

\_\_\_\_\_ 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 38.03.02 «Менеджмент» и профиля (специализации) подготовки «Информационный менеджмент» на 3 курсе в 5 семестре.

Рабочая программа дисциплины «Электронный бизнес», составлена в соответствии с решением Ученого Совета ФГОБУ ВПО ПГУТИ

Протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

### *Программу составил*

\_\_\_\_\_  
ДОЦЕНТ  
должность

\_\_\_\_\_  
К.Э.Н.  
уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
Юрасова О.А.  
фамилия, имя, отчество

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2014 г.

### *Рецензент*

\_\_\_\_\_  
должность

\_\_\_\_\_  
уч. степень, уч. звание

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
фамилия, имя, отчество

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 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. Экономика информационного бизнеса и информационные системы;
2. ИТ в менеджменте;
3. Бизнес-аналитика;
4. ИС моделирования бизнес-процессов;
5. Интернет-маркетинг.

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

1. Управление ИТ-организацией;
2. Управление проектами;
3. Клиенто-ориентированные системы.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

- знанием базовых ценностей мировой культуры и готовностью опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии (ОК-1);
- владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-5);
- умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-7);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-8);
- стремлением к личностному и профессиональному саморазвитию (ОК-10);
- умением критически оценивать личные достоинства и недостатки (ОК-11);
- способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-13);
- способностью осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ОК-19);
- способностью учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности (ОК-20);
- знанием основных этапов эволюции управленческой мысли (ПК-1);

- готовностью к разработке процедур и методов контроля (ПК-3);
- способностью использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала (ПК-11);
- готовностью участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций (ПК-21);
- знанием современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности (ПК-23);
- способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29).

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Вид учебной работы	Всего часов	№ семестра		
		5		
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>180</b>	<b>180</b>		
<b>Аудиторные занятия (Ауд)</b>	46	46		
<i>Лекции (ЛК)</i>	18	18		
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>				
<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>134</b>	<b>134</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>116</b>	<b>116</b>		
<b>Вид итогового контроля (экзамен, зачет, дифференцированный зачет)</b>	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 в корпоративном (B2B) и потребительских (B2C,	Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B) ресурсов. Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Системы электронной коммерции в

	C2C) секторах	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	4	5	6	7	8	...
1.	Управление ИТ-организацией	+	+							
2.	Управление проектами	+	+	+						
3.	Клиенто-ориентированные системы	+	+	+						

### 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	60	8			8	40	Тест, (ОК-7, ПК-11)
2.	Системы электронной коммерции в корпоративном (B2B) и потребительских (B2C, C2C) секторах	7-13	60	8			10	48	Тест, (ОК-8, ПК-29)
3.	Концепция электронного правительства. Киберпреступность. Перспективы электронной коммерции	14-18	60	2			10	46	Тест, (ПК-21, ПК-23)
<i>Итого за семестр:</i>			<b>180</b>	<b>18</b>			<b>28</b>	<b>134</b>	
<b>Всего за весь курс:</b>			<b>180</b>	<b>18</b>			<b>28</b>	<b>134</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 не предусмотрены учебным планом специальности**

**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 торгово-закупочные 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 (Л, ПЗ, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии
1	Л	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. Алексунин В.А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете – М.: Дашков и К, 2008.– 214 с.
2. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции. – М.: Горячая линия-Телеком, 2013.– 480 с.

#### **7.1.2 Дополнительная литература**

1. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. – СПб.: Питер, 2001. – 336 с. (Серия «Учебники для вузов»)
2. Волокитин А.В., Манюшкин А.П., Солдатенков А.В., Савченко С.Л., Петров Ю.А., Лопаткин С.В. Электронная коммерция. Учебное пособие для служащих государственных организаций и коммерческих фирм (под общей ред. Реймана Л.Д.) – М.: НТЦ «ФИОРД-ИНФО», 2002. – 272 с.
3. Голдовский И. Безопасность платежей в Интернете. – СПб.: Питер, 2001. – 240 с.
4. Илайес Э. Электронная коммерция. Практическое руководство. – Перевод с англ. Илайес Э. – СПб.: «ДиаСофт ЮП», 2002. – 608 с.
5. Козье Д. Электронная коммерция. – М.: Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999. – 288 с.
6. Мэт Хэйг Основы электронного бизнеса. – Перевод с англ. С. Косихина – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 208 с.

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

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

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),
  - MSOffice, Google Chrome, PowerPoint, MS Excel
  - 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 персонализированный 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 счета?
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 счётчиков 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»;
- MSOffice, Google Chrome, PowerPoint, MS Excel
- электронный тестирующий комплекс на основе программы «SunRay TestOfficePro».

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

**Направление подготовки:** \_\_\_\_\_ 38.03.02 Менеджмент \_\_\_\_\_  
шифр и наименование

**Профиль подготовки:** \_\_\_\_\_ Информационный менеджмент \_\_\_\_\_  
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 № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2014г.

**Ответственный исполнитель, заведующий кафедрой**

<u>заведующий кафедрой</u>	_____	<u>Юрасов А.В.</u>	_____
должность	подпись	расшифровка подписи	дата

**Исполнители:**

<u>доцент</u>	_____	<u>Юрасова О.А.</u>	_____
должность	подпись	расшифровка подписи	дата

_____	_____	_____	_____
должность	подпись	расшифровка подписи	дата

**СОГЛАСОВАНО:**

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

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

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

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

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