

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петровская Анна Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 19.02.2025 13:27:19
Уникальный программный ключ:
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

Приложение 3
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика
направленность (профиль) программы «Прикладная
информатика в экономике»

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова**

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра экономики и цифровых технологий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.02 Управление электронным бизнесом**

Направление подготовки 09.03.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль) программы Прикладная информатика в экономике

Уровень высшего образования Бакалавриат

Год начала подготовки 2024

Краснодар 2023 г.

Составитель:

к.т.н., доцент кафедры экономики и цифровых технологий Р.Н. Фролов

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры экономики и цифровых технологий Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, протокол № 8 от 16.03.2023 г.

Рабочая программа составлена на основе рабочей программы по дисциплине «Управление электронным бизнесом», утвержденной на заседании кафедры информатики РЭУ им. Г.В. Плеханова, протокол № 10 от «28» апреля 2021 г., разработанной автором:
Борцовой Д.Э., к.э.н., доцентом кафедры информатики.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ | 4 |
| Цель и задачи освоения дисциплины | 4 |
| Место дисциплины в структуре образовательной программы..... | 4 |
| Объем дисциплины и виды учебной работы | 4 |
| Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине..... | 5 |
| II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ..... | 7 |
| III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 11 |
| РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА | 11 |
| ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ | 12 |
| ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ | 12 |
| ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ..... | 12 |
| ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ..... | 12 |
| ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ..... | 12 |
| МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 12 |
| IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ | 13 |
| V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ | 13 |
| VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ..... | 14 |
| АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ | 25 |

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель и задачи освоения дисциплины

Целями дисциплины «Управление электронным бизнесом» являются:

1. Приобретение и усвоение студентами знаний в области возможности использования глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей компании с целью увеличения прибыли.
2. Формирование у студента комплексного подхода к управлению предприятием и знаний о современных программных и аппаратных инструментах, участвующих в этом процессе.

Задачи дисциплины «Управление электронным бизнесом»:

1. освоение теоретических основ организации и функционирования предприятий электронного бизнеса;
2. изучение вопросов, связанных с обеспечением безопасной и эффективной деятельности предприятий электронного бизнеса;
3. освоение технологии использования и поддержки сервисов электронного бизнеса;
4. получить навык управлять проектами в области ИТ для компаний электронного бизнеса и взаимодействовать со всеми участниками проекта реализующего внедрение модулей электронного взаимодействия.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление электронным бизнесом» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

| Показатели объема дисциплины | Всего часов по формам обучения | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------|
| | <i>очная</i> | <i>заочная</i> |
| Объем дисциплины в зачетных единицах | 4 ЗЕТ | |
| Объем дисциплины в акад. часах | 144 | |
| Промежуточная аттестация: форма | <i>зачет с оценкой</i> | <i>зачет с оценкой</i> |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего: | 42 | 14 |
| 1. Контактная работа на проведение занятий лекционного и семинарского типов, всего часов, в том числе: | 40 | 12 |
| • лекции | 12 | 4 |
| • практические занятия | 28 | 8 |
| • лабораторные занятия | - | - |
| в том числе практическая подготовка | - | - |

| | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|
| 2. Индивидуальные консультации (ИК) | - | - |
| 3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт) | 2 | 2 |
| 4. Консультация перед экзаменом (КЭ) | - | - |
| 5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк) | - | - |
| Самостоятельная работа (СР), всего: | 102 | 130 |
| в том числе: | | |
| • самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк) | - | 2 |
| • самостоятельная работа в семестре (СРС) | 102 | 128 |
| в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу | - | - |
| • изучение ЭОР | 15 | 15 |
| • изучение онлайн-курса или его части | - | - |
| • выполнение индивидуального или группового проекта | 35 | 50 |
| • изучение литературы | 25 | 31 |
| • подготовка к опросу | 15 | 20 |
| • подготовка к тестированию | 12 | 12 |

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

| Формируемые компетенции (код и наименование компетенции) | Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора) | Результаты обучения (знания, умения) |
|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-3. Управление заинтересованными сторонами проекта | ПК-3.1. Управляет ожиданиями заинтересованных сторон проекта | ПК-3.1. 3-1. Знает инструменты и методы управления заинтересованными сторонами проекта ПК-3.1. 3-2. Знает технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии ПК-3.1. 3-3. Знает технологии подготовки и проведения презентаций |
| | | ПК-3.1. У-1. Умеет планировать коммуникации с заказчиком в проектах создания (модификации) и ввода ИС в эксплуатацию ПК-3.1. У-2. Умеет управлять коммуникациями в проекте: |

| | | |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <p>базовые навыки управления (в том числе проведение презентаций, проведение переговоров, публичные выступления)</p> <p>ПК-3.1. У-3. Умеет доказательно строить свои публичные выступления при взаимодействиях с заказчиком и проводить обучение пользователей ИС</p> |
| | <p>ПК-3.2. Осуществляет инициирование запросов на изменения (в том числе запросов на корректирующие действия, на предупреждающие действия, на исправление несоответствий)</p> | <p>ПК-3.2. З-1. Знает основы управления содержанием проекта: документирование требований, анализ продукта, модерлируемые совещания</p> <p>ПК-3.2. З-2. Знает основы управления изменениями</p> <p>ПК-3.2. У-1. Умеет управлять проектами в области ИТ на основе полученных планов проектов в условиях, когда проект не выходит за пределы утвержденных параметров</p> |

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для обучающихся очной формы обучения

Таблица 3.1

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины | Трудоемкость, академические часы | | | | | | Индикаторы достижения компетенций | Результаты обучения (знания, умения) | Учебные задания для аудиторных занятий | Текущий контроль | Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/разделу или по всему курсу в целом) |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|------------------------------------------|-------|-----------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные занятия | Практическая подготовка | Самостоятельная работа/ КЭ, Каттэк, Катт | Всего | | | | | |
| Семестр 5 | | | | | | | | | | | | |
| 1. | Тема 1. История возникновения и инструменты реализации электронного бизнеса. Концепция развития Интернет. История появления сети Интернет. ARPANet, разработка первых фрагментов Сети, назначение. Основные события в становлении интернет-технологий. Количество пользователей Интернет и влияние на развитие ЭБ. Перспективы развития Интернет, Web 2.0, облачные технологии. Этапы развития электронного бизнеса в России и мире. Современные информационные технологии и системы коммуникаций. Факторы, определяющие значение Интернет для бизнеса. Технологии электронного бизнеса. Изменения принципов ведения бизнеса с переходом к электронной форме торговли. История российского интернет-трейдинга. | 1 | 2 | - | - | 10 | 13 | ПК-3.1 ПК-3.2 | ПК-3.1. 3-3 ПК-3.2. 3-1 | О. | Т. | Э. |
| 2. | Тема 2. Основные понятия электронного бизнеса. Понятие электронного бизнеса и электронной коммерции. Субъекты и объекты ЭБ. Коммерческий цикл при традиционной и электронных формах ведения бизнеса. Стратегии компаний на электронном рынке. | 1 | 4 | - | - | 10 | 15 | ПК-3.1 ПК-3.2 | ПК-3.2. 3-2 ПК-3.1. У-2 | О. | Т. | Э. |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|----|----|------------------|----------------------------|----|----------------|----|
| | Роль веб-сайтов в электронном бизнесе. Виды и классификация веб-сайтов и порталов, их содержание, строение. Электронная визитная карточка. Электронный каталог. Электронный магазин и электронный киоск. Корпоративные сайты и порталы. Электронные торговые площадки. Классификация электронных торговых площадок. Каталоги online. Аукционы. Биржи. Сообщества. Электронные деньги, платежные интернет-системы, интернет-банкинг. Проблемы этики в ЭБ. | | | | | | | | | | | |
| 3. | Тема 3. Системы электронного бизнеса и структура электронного рынка, взаимодействие участников. Реализация внутренних и внешних бизнес-процессов в системах электронного бизнеса. Основные формы присутствия участников электронного рынка в Интернет и их взаимодействие. Организационные формы электронного рынка. Организация цепочек поставок и систем управления взаимоотношениями с клиентами на основе технологий электронного бизнеса. Характеристика сегментов электронного рынка - системы ЭБ. Горизонтальные и вертикальные модели электронного рынка B2B. Статические и динамические модели электронного рынка B2B. Нормативно-правовая база взаимодействия государства и бизнеса. Портал государственных услуг, основные виды государственных услуг для бизнеса. Основные принципы организации системы предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде. Особенности взаимодействия компаний электронного бизнеса с государством. Размещение госзаказа и проведение госзакупок. | 2 | 4 | - | - | 10 | 16 | ПК-3.1 ПК-3.2 | ПК-3.1. У-2 ПК-3.2. 3-2 | О. | Т. | Э. |
| 4. | Тема 4. Электронный маркетинг. Современные концепции e-маркетинга. Изменение маркетинговой парадигмы. Роль потребителей в стратегии развития электронного бизнеса. Конкуренция в условиях индивидуализации взаимоотношений с потребителями. Имидж продукта и его развитие. Рекламная идея, основные условия | 4 | 8 | - | - | 22 | 34 | ПК-3.1 | ПК-3.1. 3-1 ПК-3.1. У-1 | О. | Т.; З.гр.п. | Э. |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|-----|----|--------|----------------------------|----|----------------|----|
| | эффективной рекламы – классификация рекламы, определение целевой аудитории. Потребительское поведение в сети Интернет. Понятие бренда. Маркетинг и блоггинг. Сервисы статистики аудит сайта как инструменты е-маркетинга | | | | | | | | | | | |
| 5. | Тема 5. SEO как эффективный инструмент е-маркетинга. SEO (search engine optimization) – основные понятия. Подбор аудитории, важность приобретения клиентов. Особенности поиска с точки зрения поисковой машины. Релевантность и факторы, влияющие на неё. Рейтинг с точки зрения поисковой машины. Поисковые машины и каталоги. Виды и особенности санкций поисковых систем. Понятие о ссылочном ранжировании. Особенности продвижения ссылками. Регистрация в каталогах сайтов. Понятие о семантическом ядре сайта. Современные инструменты и сервисы для продвижения сайта, поиска и анализа ключевых слов | 2 | 6 | - | - | 20 | 28 | ПК-3.2 | ПК-3.2. 3-1 ПК-3.2. У-1 | О. | Т.; З.гр.п. | Э. |
| 6. | Тема 6. Мобильный электронный бизнес. История возникновения предпосылки к выделению в системе ЭБ мобильного бизнеса. Понятие мобильного контента. Мобильные сервисы и приложения (виды, инструменты создания, реализация). Основные тенденции развития и особенности мобильного электронного бизнеса. Мобильные платежи. Мобильный маркетинг и реклама. Рынок мобильных товаров и услуг особенности и отличия от классического ЭБ | 1 | 2 | - | - | 15 | 18 | ПК-3.1 | ПК-3.1. 3-2 ПК-3.1. У-3 | О. | Т. | Э. |
| 7. | Тема 7. Электронный бизнес в социальных сетях. Основные понятия и виды социальных сетей. Основы монетизации сетевых сообществ. Социальное программное обеспечение. Бизнес-коммуникации. Особенности социальных сетей для бизнеса (сравнительная характеристика), их основные услуги. Деятельность компаний электронного бизнеса в социальных сетях | 1 | 2 | - | - | 15 | 18 | ПК-3.1 | ПК-3.1. 3-2 ПК-3.1. У-3 | О. | Т.; З.гр.п. | Э. |
| | <i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Камт)</i> | - | - | - | - | -/2 | 2 | - | - | - | - | - |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|----------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|----------|--------------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРЭК) | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | Итого | 12 | 28 | - | - | 102/2 | 144 | x | x | x | x | x |

Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для обучающихся заочной формы обучения

Таблица 3.2

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины | Трудоемкость, академические часы | | | | | | Индикаторы достижения компетенций | Результаты обучения (знания, умения) | Учебные задания для аудиторных занятий | Текущий контроль | Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/разделу или по всему курсу в целом) |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|------------------------------------------|-------|-----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные занятия | Практическая подготовка | Самостоятельная работа/ КЭ, Катгэк, Катт | Всего | | | | | |
| Семестр 5 | | | | | | | | | | | | |
| 1. | Тема 1. История возникновения и инструменты реализации электронного бизнеса. Концепция развития Интернет. История появления сети Интернет. ARPANet, разработка первых фрагментов Сети, назначение. Основные события в становлении интернет-технологий. Количество пользователей Интернет и влияние на развитие ЭБ. Перспективы развития Интернет, Web 2.0, облачные технологии. Этапы развития электронного бизнеса в России и мире. Современные информационные технологии и системы коммуникаций. Факторы, определяющие значение Интернет для бизнеса. Технологии электронного бизнеса. Изменения принципов ведения бизнеса с переходом к электронной форме торговли. История российского интернет-трейдинга. | - | - | - | - | 15 | 15 | ПК-3.1 ПК-3.2 | ПК-3.1. 3-3 ПК-3.2. 3-1 | О. | Т. | Э. |
| 2. | Тема 2. Основные понятия электронного бизнеса. | 1 | - | - | - | 15 | 16 | ПК-3.1 ПК-3.2 | ПК-3.2. 3-2 ПК-3.1. У-2 | О. | Т. | Э. |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|----|----|------------------|----------------------------|----|----------------|----|
| | <p>Понятие электронного бизнеса и электронной коммерции. Субъекты и объекты ЭБ. Коммерческий цикл при традиционной и электронных формах ведения бизнеса. Стратегии компаний на электронном рынке. Роль веб-сайтов в электронном бизнесе. Виды и классификация веб-сайтов и порталов, их содержание, строение. Электронная визитная карточка. Электронный каталог. Электронный магазин и электронный киоск. Корпоративные сайты и порталы. Электронные торговые площадки. Классификация электронных торговых площадок. Каталоги online. Аукционы. Биржи. Сообщества. Электронные деньги, платежные интернет-системы, интернет-банкинг. Проблемы этики в ЭБ.</p> | | | | | | | | | | | |
| 3. | <p>Тема 3. Системы электронного бизнеса и структура электронного рынка, взаимодействие участников. Реализация внутренних и внешних бизнес-процессов в системах электронного бизнеса. Основные формы присутствия участников электронного рынка в Интернет и их взаимодействие. Организационные формы электронного рынка. Организация цепочек поставок и систем управления взаимоотношениями с клиентами на основе технологий электронного бизнеса. Характеристика сегментов электронного рынка - системы ЭБ. Горизонтальные и вертикальные модели электронного рынка B2B. Статические и динамические модели электронного рынка B2B. Нормативно-правовая база взаимодействия государства и бизнеса. Портал государственных услуг, основные виды государственных услуг для бизнеса. Основные принципы организации системы предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде. Особенности взаимодействия компаний электронного бизнеса с государством. Размещение госзаказа и проведение госзакупок.</p> | 1 | 2 | - | - | 15 | 18 | ПК-3.1 ПК-3.2 | ПК-3.1. У-2 ПК-3.2. 3-2 | О. | Т. | Э. |
| 4. | <p>Тема 4. Электронный маркетинг. Современные концепции e-маркетинга. Изменение маркетинговой парадигмы. Роль</p> | 1 | 2 | - | - | 28 | 31 | ПК-3.1 | ПК-3.1. 3-1 ПК-3.1. У-1 | О. | Т.; 3.гр.п. | Э. |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|----|----|--------|----------------------------|----|----------------|----|
| | <p>потребителей в стратегии развития электронного бизнеса. Конкуренция в условиях индивидуализации взаимоотношений с потребителями. Имидж продукта и его развитие. Рекламная идея, основные условия эффективной рекламы – классификация рекламы, определение целевой аудитории. Потребительское поведение в сети Интернет. Понятие бренда. Маркетинг и блоггинг. Сервисы статистики аудит сайта как инструменты е-маркетинга</p> | | | | | | | | | | | |
| 5. | <p>Тема 5. SEO как эффективный инструмент е-маркетинга. SEO (search engine optimization) – основные понятия. Подбор аудитории, важность приобретения клиентов. Особенности поиска с точки зрения поисковой машины. Релевантность и факторы, влияющие на неё. Рейтинг с точки зрения поисковой машины. Поисковые машины и каталоги. Виды и особенности санкций поисковых систем. Понятие о ссылочном ранжировании. Особенности продвижения ссылками. Регистрация в каталогах сайтов. Понятие о семантическом ядре сайта. Современные инструменты и сервисы для продвижения сайта, поиска и анализа ключевых слов</p> | - | 2 | - | - | 25 | 27 | ПК-3.2 | ПК-3.2. 3-1 ПК-3.2. У-1 | О. | Т.; З.гр.п. | Э. |
| 6. | <p>Тема 6. Мобильный электронный бизнес. История возникновения предпосылки к выделению в системе ЭБ мобильного бизнеса. Понятие мобильного контента. Мобильные сервисы и приложения (виды, инструменты создания, реализация). Основные тенденции развития и особенности мобильного электронного бизнеса. Мобильные платежи. Мобильный маркетинг и реклама. Рынок мобильных товаров и услуг особенности и отличия от классического ЭБ</p> | - | 2 | - | - | 15 | 17 | ПК-3.1 | ПК-3.1. 3-2 ПК-3.1. У-3 | О. | Т. | Э. |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|--------------|------------|----------|----------------------------|----------|----------------|----------|
| 7. | Тема 7. Электронный бизнес в социальных сетях. Основные понятия и виды социальных сетей. Основы монетизации сетевых сообществ. Социальное программное обеспечение. Бизнес-коммуникации. Особенности социальных сетей для бизнеса (сравнительная характеристика), их основные услуги. Деятельность компаний электронного бизнеса в социальных сетях | 1 | - | - | - | 15 | 16 | ПК-3.1 | ПК-3.1. 3-2 ПК-3.1. У-3 | О. | Т.; З.гр.п. | Э. |
| | <i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)</i> | - | - | - | - | -/2 | 2 | - | - | - | - | - |
| | <i>Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)</i> | - | - | - | - | 2/ | - | - | - | - | - | - |
| | Итого | 4 | 8 | - | - | 130/2 | 144 | х | х | х | х | х |

Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:
Опрос (О.)

Формы текущего контроля:
Тест (Т.)
Защита группового проекта (З.гр.п.)

Формы заданий для творческого рейтинга:
Эссе (Э.)

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Смирнов, С. Н. Электронный бизнес / Смирнов С.Н., - 2-е изд., (эл.) - М.:ДМК Пресс, 2018. - 238 с. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=325854>
2. Цифровой бизнес: учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 418 с. — Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=420862>

Дополнительная литература:

1. Васильев, Г. А. Основы рекламы: учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 719 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=684553
2. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: учебник / Л.В. Лapidус. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=395601>
3. Система KPI: учебник: / авт.-сост. А. И. Коломиец. – Москва: Директ-Медиа, 2022. – 64 с. : ил., табл. – ISBN 978-5-4499-2699-9. Режим доступа: по подписке. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=682314

Нормативные правовые документы:

1. Гражданский Кодекс РФ. Части № 1-4.
2. Федеральный закон «О безопасности».
3. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
4. Федеральный закон от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи»
5. Федеральный закон «О Государственной тайне».
6. Федеральный закон «О персональных данных».
7. Программа "Цифровая экономика Российской Федерации" (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р).
8. ГОСТ Р ИСО 7498-2-99 Информационная технология. Взаимосвязь открытых систем. Базовая эталонная модель. Часть 2. Архитектура защиты информации.
9. ГОСТ Р ИСО/МЭК 9594-8-98 Информационная технология. Взаимосвязь открытых систем. Справочник. Часть 8. Основы аутентификации.

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система Консультант Плюс;
2. <https://www.garant.ru/> - Справочно-правовая система Гарант.

ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

1. Д.Э. Борцова "Управление электронным бизнесом" (электронный образовательный ресурс, размещённый в ЭОС РЭУ им. Г.В. Плеханова) <http://lms.rea.ru>

ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. <http://www.gks.ru/> - Росстат – федеральная служба государственной статистики
2. www.economy.gov.ru - Базы данных Министерства экономического развития и торговли России

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. <https://intuit.ru/studies/courses/610/466/info> - лекции по современным Веб-технологиям
2. <https://wordstat.yandex.ru/> сервис подбора слов
3. <https://direct.yandex.ru/> контекстная реклама на Яндексе

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Лицензионное программное обеспечение:

- Операционная система Windows 10, Microsoft Office Professional Plus: 2019 год (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access)
- Антивирусная программа Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Расширенный Rus Edition

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Управление электронным бизнесом» обеспечена:

для проведения занятий лекционного типа:

- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций;

для проведения занятий семинарского типа (*практические занятия*):

- компьютерным классом, оборудованным учебной мебелью и техническими средствами обучения, персональным компьютером преподавателя и персональными компьютерами обучающихся с комплектом лицензионного программного обеспечения, подключением к Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета;

для самостоятельной работы, в том числе для курсового проектирования:

- помещением для самостоятельной работы, оснащенным компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

- Методические рекомендации по организации и выполнению практических работ и самостоятельной работе по дисциплине.

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в процессе освоения дисциплины «Управление электронным бизнесом» в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 4

| Виды работ | Максимальное количество баллов |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------|
| Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях | 20 |
| Текущий контроль | 20 |
| Творческий рейтинг | 20 |
| Промежуточная аттестация (<i>зачет с оценкой</i>) | 40 |
| ИТОГО | 100 |

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний обучающихся «преподаватель кафедры, непосредственно ведущий занятия со студенческой группой, обязан проинформировать группу о распределении рейтинговых баллов по всем видам работ на первом занятии учебного модуля (семестра), количестве модулей по учебной дисциплине, сроках и формах контроля их освоения, форме промежуточной аттестации, снижении баллов за несвоевременное выполнение выданных заданий. Обучающиеся в течение учебного модуля (семестра) получают информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов через личный кабинет студента».

VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные материалы по дисциплине разработаны в соответствии с Положением об фонде оценочных материалах в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Тематика курсовых работ/проектов

Курсовая работа/проект по дисциплине «Управление электронным бизнесом» не предусмотрена.

Перечень вопросов к зачету с оценкой:

1. Опишите схему отношений традиционного и электронного бизнеса.
2. Какие выгоды дает электронный бизнес компаниям?
3. Какие выгоды дает электронный бизнес потребителям?
4. Каковы обязательные условия выхода компании на электронный рынок?
5. Назовите основные модели взаимодействия и организационные формы участников электронного рынка.
6. Что такое электронные торговые площадки? Какие функции реализуются с помощью торговых площадок?
7. В чем заключаются основные различия между секторами B2B и B2C?
8. Приведите примеры горизонтальных и вертикальных рынков B2B.
9. Какие модели получения прибыли существуют в электронной коммерции B2B?
10. Какими специфическими качествами обладают электронные товары? Приведите примеры отрицательных и положительных экономических последствий электронных товаров.
11. Какие требования предъявляются к электронным платежным системам?
12. Какие существуют формы электронных расчетов?
13. Приведите примеры информационных услуг в сети Интернет.
14. Назовите черты Интернет, которые относят его к неэффективному рынку.
15. Как Интернет меняет структуру канала распределения и функции его участников?
16. Каковы последствия использования Интернет как канала распределения для компаний? Для потребителей?
17. Системы управления сайтами (CMS). Определение, классификация.
18. Критерии выбора системы управления сайтами (CMS).
19. Перспективы развития сети Интернет и ее влияние на ЭБ.
20. Связь корпоративной информационной системы с системой ЭБ.
21. Концепция перехода от традиционных к сетевым услугам.
22. Перспективы развития электронного бизнеса. Основные тенденции.
23. Основные классы угроз информационной безопасности.
24. Предмет и задачи дисциплины «Управление электронным бизнесом».
25. Место и роль интернет-технологий в предпринимательской деятельности на современном этапе развития информационной экономики
26. Структура и характеристики интернет-экономики
27. Юридические аспекты деятельности фирм в электронном пространстве.
28. Правовые аспекты сети Интернет в России. Электронное правительство.
29. Государственное регулирование электронного бизнеса
30. Интернет-компании – компании инновационного типа: особенности функционирования
31. Особенности выбора организационно-правовой формы интернет-компании
32. Особенности выбора товара для продажи в сети интернет
33. Основные характеристики этапов разработки и внедрения веб-сайта
34. Особенности продвижения веб-сайта интернет-компании
35. Основные характеристики процесса принятия решения о покупке интернет-

пользователями

36. Общая характеристика этапов оценки эффективности интернет-коммерции
 37. Что такое электронные торговые площадки? Какие функции реализуются с помощью торговых площадок?
 38. В чем заключаются основные различия между секторами B2B и B2C?
 39. Приведите примеры горизонтальных и вертикальных рынков B2B.
 40. Какие модели получения прибыли существуют в электронной коммерции B2B?
 41. Какими специфическими качествами обладают электронные товары? Приведите примеры отрицательных и положительных экономических последствий электронных товаров.
 42. Какие требования предъявляются к электронным платежным системам?
 43. Какие существуют формы электронных расчетов?
 44. Приведите примеры информационных услуг в сети Интернет.
 45. Назовите черты Интернет, которые относят его к неэффективному рынку.
 46. Какие наиболее стратегии ценообразования используются на электронном рынке?
 47. Как Интернет меняет структуру канала распределения и функции его участников?
 48. Каковы последствия использования Интернет как канала распределения для компаний? Для потребителей?
 49. Особенности информационной безопасности в сети Интернет.
 50. Виды атак на сайты в Интернете, способы защиты.
 51. Системы управления сайтами (CMS). Определение, классификация.
 52. Перспективы развития электронного бизнеса. Основные тенденции.
- Дайте определение электронного маркетинга
53. Что является объектом и субъектом маркетинговой деятельности на электронном рынке?
 54. Чем отличаются элементы комплекса электронного маркетинга от традиционного маркетинга?
 55. Как влияет электронный маркетинг на потребительскую ценность товаров и услуг?
- Поисковое продвижение сайта (SEO): принципы, схема работы поисковых машин.
56. Определение целесообразности продвижения с помощью SEO.
 57. Виды рекламы в Интернет: принципы оплаты, эффективность, применимость.
 58. Перечислите мобильные средства ведения электронного бизнеса.
 59. Перечислите виды мобильной рекламы и особенности.
 60. Конкурентоспособность мобильной рекламы. Какие сервисы статистики используются при аудите сайта?
 61. Классификация социальных сетей и их функции.
 62. Как компании используют социальные сети в развитии своего бизнеса?
 63. Перечислите способы монетизации в соц.сетях.
 64. Эффективность использования соц.сетей в продвижении нового продукта.
 65. Взаимосвязь маркетинга и социальных сетей.

Тестовые задания:

1. Расставьте названия брендов в сети в хронологическом порядке их появления
 - a. Yahoo
 - b. Amazon
 - c. Google
 - d. Yandex
 - e. Myspace
 - f. Facebook
 - g. V Kontakte
 - h. Instagram.

2. Электронный бизнес строится на основе....

Варианты ответов:

- a. Применения электронных устройств
- b. Использования баз данных
- c. Автоматизации интеллектуального труда
- d. Получения государственных субсидий
- e. Управление цепочками поставок/

3. Укажите соответствие между сокращенным и полным названием систем:

- a. scm 1) управление цепочками поставок
- b. scm 2) управление взаимоотношениями с клиентами
- c. erp 3) планирование ресурсов предприятия

4. Интернет-магазин – это:

Варианты ответов:

- a. Магазин, торгующий виртуальными товарами
- b. Магазин, имеющий представительский сайт в Интернете
- c. Магазин, использующий для коммуникаций возможности Интернета
- d. Сайт в Интернете, обеспечивавший поиск товаров в электронном каталоге, оформление заказов, оплату заказов и сопровождение всех этапов выполнения заказов.

5. Для повышения конкурентоспособности бизнеса в Интернете необходимо

Варианты ответов:

- a. Использовать готовые решения
- b. Программировать собственные решения
- c. Отдавать решение этой задачи на аутсорсинг
- d. Активно использовать интернет-маркетинг.

Вопросы для опроса:

1. Как оптимизировать сайт для иностранных и иноязычных пользователей, которые находятся вне основного рынка.
2. Наполнение полезным контентом и связь с требованиями поисковых алгоритмов.
3. Инструменты аналитики и SEO.
4. Дизайн сайта с точки зрения его продвижения.
5. Ключевые запросы и текстовая составляющая сайта.

Тематика групповых и/или индивидуальных проектов:

Вариант 1:

Описать один отечественный или зарубежный электронный магазин или любой другой электронный магазин по продаже книг, подарков, музыкальной продукции, цветов и т.д. В описании раскрыть следующие вопросы:

- Адрес магазина в Интернет, наименование, в каком городе расположен, ассортимент;
- Как устроена витрина магазина (каталог, поле ввода имени и пароля, регистрация и личные данные, поиск товара, каталог, новинки, покупательская корзина, оформление заказа);
- Тематическая организация каталогов товара (по видам, по производителям);

- Система навигации по сайту (карта сайта, поиск товара в магазине; обычный поиск, расширенный поиск, тематический поиск по каталогу, просмотр новинок, бестселлеров)
- Отбор товаров в пользовательскую корзину. Как добавить, удалить, отложить на потом товар в корзине?
- Оформление заказа. Шаги оформления заказа. Способы доставки. География доставки.
- Оплата заказа. Способы оплаты. Описать схему оплаты одного из способов.

Вариант 2:

Изучите сайты нескольких Интернет-магазинов и приведите примеры использования ценообразования по методу «цена набора» и «цена подписки». Опишите, какие товары/услуги предлагаются с использованием этих методов.

Вариант 3:

Написать отчет по выполнению группового задания «Написание Технического задания» на разработку интернет-сайта

Техническое задание на разработку интернет-сайта:

Структура документа:

- Глоссарий
- Общие положения
- Предмет разработки
- Назначение документа
- Требования к графическому дизайну сайта
- Требования к дизайну сайта
- Функциональные требования
- Требования к представлению сайта
- Требования к системе управления сайтом
- Требования к разделению доступа
- Требования к информационному обеспечению
- Требования к программному обеспечению
- Требования к техническому обеспечению
- Требования к лингвистическому обеспечению
- Требования к эргономике и технической эстетике
- Требования к наполнению информацией

Вариант 4:

Составить отчет о проведенном анализе конкурентной разведки по выбранной сфере деятельности, указав: адреса сайтов компаний, ценовую политику, модель продвижения в сети Интернет, техническое состояние сайта, использование возможностей социальных медиа и т.д.

Вариант 5:

Составить отчет по результатам проработки целевой аудитории выбранной для работы над проектом компании.

Тематика эссе:

1. Рассмотреть методику проведения аудита сайта.
2. Принципы построения корпоративных веб-сайтов.
3. Преимущества и недостатки использования ERP-систем.
4. Цифровая подпись как средство криптозащиты.

5. Использование инновационных технологий в e-маркетинге.
6. Инвестиции в цифровые товары и услуги.
7. Электронное правительство как комплекс информационных систем.
8. Перспективы онлайн образования.
9. Мобильные устройства и цифровой формат электронных медиа.
10. Венчурные фонды.
11. Обзор венчурного инвестирования в России и мире.
12. Правовое регулирование электронного бизнеса.
13. Перспективы социальных сетей для бизнеса.
14. Реклама как двигатель торговли.
15. Функционал умного дома.

Структура зачетного задания

| <i>Наименование оценочного средства</i> | <i>Максимальное количество баллов</i> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| <i>Вопрос 1. В чем заключаются основные различия между секторами B2B и B2C?</i> | <i>10</i> |
| <i>Вопрос 2. Какие решения по брендингу характерны для компаний на электронном рынке?</i> | <i>10</i> |
| <i>Защита индивидуального проекта</i> | <i>20</i> |

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

Таблица 5

| Шкала оценивания | | Формируемые компетенции | Индикатор достижения компетенции | Критерии оценивания | Уровень освоения компетенций |
|------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| 85 – 100 баллов | Зачтено/ «отлично» | ПК-3. Управление заинтересованными сторонами проекта | ПК-3.1. Управляет ожиданиями заинтересованных сторон проекта | <p>Знает верно и в полном объеме: инструменты и методы управления заинтересованными сторонами проекта; технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии; технологии подготовки и проведения презентаций</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: планировать коммуникации с заказчиком в проектах создания (модификации) и ввода ИС в эксплуатацию; управлять коммуникациями в проекте; базовые навыки управления (в том числе проведение презентаций, проведение переговоров, публичные выступления); доказательно строить свои публичные выступления при взаимодействиях с заказчиком и</p> | Продвинутый |

| | | | | | |
|----------------|-------------------------|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| | | | | проводить обучение пользователей ИС | |
| | | | ПК-3.2. Осуществляет инициирование запросов на изменения (в том числе запросов на корректирующие действия, на предупреждающие действия, на исправление несоответствий) | Знает верно и в полном объеме: основы управления содержанием проекта: документирование требований, анализ продукта, модерлируемые совещания; основы управления изменениями Умеет верно и в полном объеме: управлять проектами в области ИТ на основе полученных планов проектов в условиях, когда проект не выходит за пределы утвержденных параметров. | |
| 70 – 84 баллов | Зачтено/ «хорошо» | ПК-3. Управление заинтересованными сторонами проекта | ПК-3.1. Управляет ожиданиями заинтересованных сторон проекта | Знает с незначительными замечаниями: инструменты и методы управления заинтересованными сторонами проекта; технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии; технологии подготовки и проведения презентаций Умеет с незначительными замечаниями: планировать коммуникации с заказчиком в проектах создания (модификации) и ввода ИС в эксплуатацию; управлять коммуникациями в проекте: базовые навыки управления (в том числе проведение презентаций, проведение переговоров, публичные выступления); доказательно строить свои публичные выступления при взаимодействиях с заказчиком и проводить обучение пользователей ИС | Повышенный |
| | | | ПК-3.2. Осуществляет инициирование запросов на изменения (в том числе запросов на корректирующие действия, на предупреждающие действия, на исправление несоответствий) | Знает с незначительными замечаниями: основы управления содержанием проекта: документирование требований, анализ продукта, модерлируемые совещания; основы управления изменениями Умеет с незначительными замечаниями: управлять проектами в области ИТ на основе полученных планов проектов в условиях, когда проект не выходит за пределы утвержденных параметров. | |
| 50 – 69 баллов | Зачтено/ «удовлетвор | ПК-3. Управление | ПК-3.1. Управляет ожиданиями | Знает на базовом уровне, с ошибками: инструменты и методы | Базовый |

| | | | | | |
|-----------------|-----------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| | ительно» | заинтересованными сторонами проекта | заинтересованных сторон проекта | <p>управления заинтересованными сторонами проекта; технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии; технологии подготовки и проведения презентаций</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: планировать коммуникации с заказчиком в проектах создания (модификации) и ввода ИС в эксплуатацию; управлять коммуникациями в проекте: базовые навыки управления (в том числе проведение презентаций, проведение переговоров, публичные выступления); доказательно строить свои публичные выступления при взаимодействиях с заказчиком и проводить обучение пользователей ИС</p> | |
| | | | ПК-3.2. Осуществляет инициирование запросов на изменения (в том числе запросов на корректирующие действия, на предупреждающие действия, на исправление несоответствий) | <p>Знает на базовом уровне, с ошибками: основы управления содержанием проекта: документирование требований, анализ продукта, модерлируемые совещания; основы управления изменениями</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: управлять проектами в области ИТ на основе полученных планов проектов в условиях, когда проект не выходит за пределы утвержденных параметров.</p> | |
| менее 50 баллов | Не зачтено | ПК-3. Управление заинтересованными сторонами проекта | ПК-3.1. Управляет ожиданиями заинтересованных сторон проекта | <p>Не знает на базовом уровне: инструменты и методы управления заинтересованными сторонами проекта; технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии; технологии подготовки и проведения презентаций</p> <p>Не умеет на базовом уровне: планировать коммуникации с заказчиком в проектах создания (модификации) и ввода ИС в эксплуатацию; управлять коммуникациями в проекте: базовые навыки управления (в том числе проведение презентаций, проведение переговоров, публичные выступления); доказательно строить свои публичные выступления при</p> | Компетенции не сформированы |

| | | | | | |
|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| | | | | взаимодействиях с заказчиком и проводить обучение пользователей ИС | |
| | | | ПК-3.2. Осуществляет инициирование запросов на изменения (в том числе запросов на корректирующие действия, на предупреждающие действия, на исправление несоответствий) | Не знает на базовом уровне: основы управления содержанием проекта: документирование требований, анализ продукта, модерлируемые совещания; основы управления изменениями Не умеет на базовом уровне: управлять проектами в области ИТ на основе полученных планов проектов в условиях, когда проект не выходит за пределы утвержденных параметров. | |

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра экономики и цифровых технологий

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.02 Управление электронным бизнесом

Направление подготовки 09.03.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль) программы Прикладная информатика в экономике

Уровень высшего образования Бакалавриат

Краснодар 2023 г.

1. Цель и задачи дисциплины:

Целью дисциплины «Управление электронным бизнесом» является:

1. Приобретение и усвоение студентами знаний в области возможности использования глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей компании с целью увеличения прибыли.
2. Формирование у студента комплексного подхода к управлению предприятием и знаний о современных программных и аппаратных инструментах, участвующих в этом процессе.

Задачи дисциплины «Управление электронным бизнесом»:

1. освоение теоретических основ организации и функционирования предприятий электронного бизнеса;
2. изучение вопросов, связанных с обеспечением безопасной и эффективной деятельности предприятий электронного бизнеса;
3. освоение технологии использования и поддержки сервисов электронного бизнеса;
4. получить навык управлять проектами в области ИТ для компаний электронного бизнеса и взаимодействовать со всеми участниками проекта реализующего внедрение модулей электронного взаимодействия.

2. Содержание дисциплины:

| № п/п | Наименование разделов / тем дисциплины |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Тема 1. История возникновения и инструменты реализации электронного бизнеса. Концепция развития Интернет |
| 2. | Тема 2. Основные понятия электронного бизнеса |
| 3. | Тема 3. Системы электронного бизнеса и структура электронного рынка, взаимодействие участников |
| 4. | Тема 4. Электронный маркетинг |
| 5. | Тема 5. SEO как эффективный инструмент e-маркетинга |
| 6. | Тема 6. Мобильный электронный бизнес |
| 7. | Тема 7. Электронный бизнес в социальных сетях |
| Трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е. / 144 часа | |

Форма контроля – зачет с оценкой

Составитель: доцент кафедры экономики и цифровых технологий, к.т.н.
Фролов Р.Н.