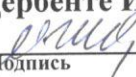



Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович  
Должность: Врио ректора  
Дата подписания: 03.06.2022 13:18:09  
Уникальный программный ключ:  
777029a1882856141bf8a655f0a7c8b0ca659a

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

РЕКОМЕНДОВАНО К  
УТВЕРЖДЕНИЮ  
Директор филиала ДГТУ в  
г. Дербенте И.М. Мейланов  
  
Подпись ИОФ

20.08. 2018г.

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
  
Н.С. Суракатов  
Подпись ИОФ

24.09. 2018г.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине: Б1.В.ДВ.03.02 – Электронный бизнес  
наименование дисциплины по ООП и код по ФГОС

для направления (специальности) 38.03.01 – Экономика

по профилю 38.03.01 – Экономика предприятий и организаций  
шифр и полное наименование направления (специальности)

Факультет: Филиал в г. Дербент  
наименование факультета, где ведется дисциплина

Квалификация выпускника (степень) бакалавр  
бакалавр

Форма обучения очная/заочная, курс 1/1 семестр(ы) 2/2  
очная, заочная, др.

Всего трудоемкость в зачетных единицах (часах) 2 ЗЕТ ( 72 ч)

лекции 17/4 (час) экзамен -

практические (семинарские) занятия - (час); зачет 2/2

семестр  
лабораторные занятия 17/4 (час); самостоятельная работа 38/60 (час);  
курсовой проект (работа РГР) - (семестр).

Зав. кафедрой ЕГО и СД  Г.М. Гусейнова  
подпись

Начальник УО  Э.В. Магомаева

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций примерной ООП ВО по направлению 38.03.01 «Экономика» и по профилю «Экономика предприятий и организаций».

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 06.09.2018 года, протокол № 1.

Зав. выпускающей кафедрой по данному профилю

  
\_\_\_\_\_

подпись

Г.М. Гусейнова  
И.О.Ф

**ОДОБРЕНО**  
Методическим советом филиала

**38.00.00**

шифр и полное наименование

**Экономика**

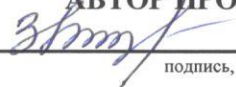
направления

Председатель к.ф.н., Г.М. Гусейнова

  
\_\_\_\_\_

подпись, ИОФ

**АВТОР ПРОГРАММЫ**

  
\_\_\_\_\_

Джумалиева Е.Р..

подпись, ИОФ

**ст. преподаватель**

ФИО, уч. степень, ученое звание, подпись

06.09. 2018г.

## 1. Цели дисциплины

Цель дисциплины:

формирование и систематизация знаний в области использования методов, средств, технологий для организации и ведения электронного бизнеса; приобретение навыков, необходимых для проектирования и эксплуатации систем и предприятий электронного бизнеса.

**Задачами** для достижения поставленных целей являются:

- систематизированное изучение студентами основных концептуальных подходов к построению электронного бизнеса;
- ознакомление студентов с теоретическими основами современных методик моделирования информационных систем электронного бизнеса;
- получения навыков в позиционировании электронного предприятия на глобальном рынке, в формировании потребительской аудитории и осуществлении взаимодействия с потребителями, в организации продаж в среде Интернет.

## 2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Электронный бизнес» является дисциплиной по выбору вариативной части дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.03.01 «Экономика».

## 3. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);
- способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач (ОПК-2);
- способностью выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы (ОПК-3);
- способностью использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии (ПК-8);

### Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

#### знать:

- современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие электронный бизнес, системы платежей и расчетов он-лайн, практику их применения;
- сущность и основные принципы организации электронного бизнеса и Интернет-проектов, их отличие от традиционных;
- современные методы ведения предпринимательской деятельности в Интернет, тенденции развития программной, аппаратной и организационной инфраструктуры электронных предприятий,
- экономику и менеджмент электронного предприятия.

#### уметь:

- управлять процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов), позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке;
- формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет.

#### владеть:

- методами позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке;
- формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями;
- методами организации продаж в среде Интернет.

#### 4. Содержание и структура дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). 17 лк, 17 лб, 38 ср.

Форма промежуточной аттестации – зачет. 1 курс

##### 4.1 Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование блока (раздела)	Наименование тем блока (раздела) дисциплины	семестр	неделя	Лекции	Лабораторная работа	СРС	Формы текущего контроля успеваемости (по срокам текущих
1.	Лк1.	Тема 1. Планирование и организация электронного бизнеса	2	1-2-3	4	2	5	Входной контроль
2	Лк.2	Тема 2. Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий	2	4-6	2	4	5	Аттестационная контрольная работа 1
3	Лк.3	Тема 3. Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке	2	7-8	2	2	5	
4	Лк.4	Тема 4. Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	2	9-10	2	2	5	
5	Лк.5	Тема 5. Технологическая модель электронного предприятия	2	11-12	2	2	5	Аттестационная контрольная работа 2
6	Лк.6	Тема 6. Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	2	13-14	2	2	5	
7	Лк.7	Тема 7. Экономические вопросы организации электронного бизнеса	2	15-17	3	3	8	Аттестационная контрольная работа 3
	<b>всего</b>		<b>2</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>38</b>	<b>зачет</b>

##### 4.2 Тематика лабораторных занятий (с указанием наименования и количества часов)

№ лабор. работы	Наименование лабораторной работы	Количество часов
1	Планирование и организация электронного бизнеса. Разработка бизнес-модели электронного предприятия	2
2	Планирование и организация электронного бизнеса. Разработка бизнес-модели электронного предприятия	2
3	Разработка проекта сайта для разрабатываемого проекта электронного бизнеса	2
4	Разработка маркетинговой стратегии компании. Разработка рекламной стратегии компании по выводу предприятия на рынок. Оценка эффективности.	2
5	Технологическая модель электронного предприятия	2
6	Технологическая модель электронного предприятия	4
7	Разработка финансового плана для разрабатываемого проекта электронного бизнеса	3
	<b>ИТОГО:</b>	<b>17</b>

#### 4.3 Темы по самостоятельной работе студентов

##### Общее количество часов 38.

1. Изучение методических и теоретических материалов по теме «Канва бизнес-модели» в электронном виде и рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, интернет – источников.
2. Изучение методических материалов по теме «Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам» в электронном виде и рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, интернет – источников.
3. Изучение методических материалов по темам «Системы управления контентом», «Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах» в электронном виде и рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, интернет – источников.
4. Изучение методических материалов по темам «Методы сегментации целевой аудитории», «Медиаметрические исследования в Интернет» в электронном виде и рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, интернет – источников.
5. Изучение методических материалов по теме «Тенденции развития программной и аппаратной инфраструктуры электронных предприятий» в электронном виде и рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, интернет – источников.
6. Изучение методических материалов по теме «Российское законодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнес-организаций» в электронном виде и рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, интернет – источников.
7. Изучение методических материалов по теме «Экономические показатели эффективности деятельности предприятия» в электронном виде и рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, интернет – источников

**Содержание и структура дисциплины «Электронный бизнес» для заочной формы обучения**  
**Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 ч). 4 лк, 4 лб, 60 срс.**  
**Форма промежуточной аттестации – зачет.1 курс**

#### 4.4 Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование блока (раздела)	Наименование тем блока (раздела) дисциплины	курс	Лекции	Лабораторная работа	СРС	Формы текущего * контроля успеваемости (по срокам текущих
1.	Лк.1.	Тема 1. Планирование и организация электронного бизнеса	1	2	2	5	
2	Лк.2	Тема 2. Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий	1	2	2	8	
3	Лк.3	Тема 3 Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке	1			10	
4	Лк.4	Тема 4 Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	1			10	
5	Лк.5	Тема 5 Технологическая модель электронного предприятия	1			12	
6	Лк.6	Тема 6 Нормативно-правовая база взаимодействия организаций	1			10	

		электронного бизнеса					
7	Лк.7	Тема 7 Экономические вопросы организации электронного бизнеса	1			10	
	<b>всего</b>		<b>1</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>60</b>	<b>зачет</b>

#### 4.5 Тематика лабораторных занятий (с указанием наименования и количества часов)

№ лабор. работы	Наименование лабораторной работы	Количество часов
1	Планирование и организация электронного бизнеса. Разработка бизнес-модели электронного предприятия	2
2	Планирование и организация электронного бизнеса. Разработка бизнес-модели электронного предприятия	2
3	Разработка проекта сайта для разрабатываемого проекта электронного бизнеса	
4	Разработка маркетинговой стратегии компании. Разработка рекламной стратегии компании по выводу предприятия на рынок. Оценка эффективности.	
5	Технологическая модель электронного предприятия	
6	Технологическая модель электронного предприятия	
7	Разработка финансового плана для разрабатываемого проекта электронного бизнеса	
	<b>ИТОГО:</b>	<b>4</b>

#### 4.6 Темы по самостоятельной работе студентов

##### Общее количество часов 60.

1. Изучение методических и теоретических материалов по теме «Канва бизнес-модели» в электронном виде и рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, интернет – источников.
2. Изучение методических материалов по теме «Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам» в электронном виде и рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, интернет – источников.
3. Изучение методических материалов по темам «Системы управления контентом», «Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах» в электронном виде и рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, интернет – источников.
4. Изучение методических материалов по темам «Методы сегментации целевой аудитории», «Медиаметрические исследования в Интернет» в электронном виде и рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, интернет – источников.
5. Изучение методических материалов по теме «Тенденции развития программной и аппаратной инфраструктуры электронных предприятий» в электронном виде и рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, интернет – источников.
6. Изучение методических материалов по теме «Российское законодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнес-организаций» в электронном виде и рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, интернет – источников.
7. Изучение методических материалов по теме «Экономические показатели эффективности деятельности предприятия» в электронном виде и рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, интернет – источников.

## **5. Образовательные технологии**

При изучении дисциплины предусматривается использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в объеме 20% от аудиторной нагрузки.

Теоретическая часть курса реализуется в основном на лекциях и в ходе самостоятельной работы студентов, а практическая часть – на практических занятиях формы, проведения которых могут быть весьма разнообразны: наряду с традиционными занятиями проводятся деловые игры, разрабатываются исследовательские проекты, проводится работа в команде, используются методы проблемного обучения, ведется опережающая самостоятельная работа. В процессе изучения дисциплины используются как традиционные, так и инновационные технологии, активные и интерактивные методы и формы обучения: практические занятия, проектный метод, поисковый метод исследовательский метод, мозговой штурм, разбор конкретных ситуаций, творческие задания для самостоятельной работы, информационные технологии.

## **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

### **Вопросы входного контроля**

1. Понятие электронного бизнеса.
2. Интернет как среда ведения предпринимательской деятельности.
3. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции.
4. Факторы, влияющие на развитие технологий электронного бизнеса: общеэкономические, правовые, инфраструктурные, управленческие.
5. Преимущества использования электронной коммерции.
6. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции.

### **Контрольная работа 1**

1. Особенности архитектуры электронного предприятия.
2. Организационные принципы электронного предприятия.
3. Деформации модели архитектуры предприятия Захмана при ее применении к моделированию электронного предприятия.
4. Описание Бизнес-архитектуры предприятия в таблице Захмана.

### **Контрольная работа 2**

1. Классификации бизнес-моделей электронной коммерции.
2. Классификация Раппы: бизнес-модели в интернете (посредническая модель; рекламная модель; модель инфопосредника; модель продавца; модель производителя / модель прямого доступа; партнерская модель; модель сообщества, модель подписки; практичная модель).
3. Классификация Эпплгейт: новые модели для менеджеров (специализированные дистрибьюторские модели; модели портала; модели поставщика; модели поставщиков инфраструктуры).
4. Классификация Уэйла и Витейла: атомарные бизнес-модели (контент-провайдер; непосредственная работа с клиентом; поставщик набора услуг; посредник; общая инфраструктура; интегратор ценностной сети; виртуальное сообщество; целое предприятие).
5. Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам (матрица B2C2G).
6. Классификация бизнес-моделей по степени интеграции в электронный бизнес: модель интранета (модель B0); модель визитной карточки (модель B1); модель электронного заказа (модель B2); модель полной автоматизации (модель B3); модель аутсорсинга (модель B4).

### **Контрольная работа 3**

1. Системы управления закупками (e-procurement).
2. Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM – системы).
3. Системы управления продажами (e-distribution).
4. Системы полного цикла сопровождения потребителей (eCRM-системы).
5. Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи.
6. Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (e-market).

### Вопросы к зачету

1. Особенности архитектуры электронного предприятия.
2. Организационные принципы электронного предприятия.
3. Деформации модели архитектуры предприятия Захмана при ее применении к моделированию электронного предприятия.
4. Описание Бизнес-архитектуры предприятия в таблице Захмана.
5. Содержание описания ИТ-архитектуры (документы; правила бизнеса; база данных).  
Планирование электронного бизнеса.
6. Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса.
7. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент».
8. Бизнес-модели и направления электронного бизнеса: целевая установка, критерии успеха, целевая аудитория, требования и приоритеты, партнерства, финансы.
9. Контент-модель: определения, источники данных, иерархия, презентация, позиционирование, ведение.
10. Менеджмент-модель: процессы (отбор, разработка, импорт, хранение, измерения, поддержка), предпринимательские принципы, директивы, роли, степени ответственности. Тенденции развития программной, аппаратной и организационной инфраструктуры электронных предприятий.
11. Классификации бизнес-моделей электронной коммерции.
12. Классификация Раппы: бизнес-модели в интернете (посредническая модель; рекламная модель; модель инфопосредника; модель продавца; модель производителя / модель прямого доступа; партнерская модель; модель сообщества, модель подписки; практическая модель).
13. Классификация Эпплгейт: новые модели для менеджеров (специализированные дистрибьюторские модели; модели портала; модели поставщика; модели поставщиков инфраструктуры).
14. Классификация Уэйла и Витейла: атомарные бизнес-модели (контент-провайдер; непосредственная работа с клиентом; поставщик набора услуг; посредник; общая инфраструктура; интегратор ценностной сети; виртуальное сообщество; целое предприятие).
15. Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам (матрица B2C2G).
16. Классификация бизнес-моделей по степени интеграции в электронный бизнес: модель интранета (модель B0); модель визитной карточки (модель B1); модель электронного заказа (модель B2); модель полной автоматизации (модель B3); модель аутсорсинга (модель B4).
17. Торгово-закупочные B2B системы.
18. Системы управления закупками (e-procurement).
19. Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM – системы).
20. Системы управления продажами (e-distribution).
21. Системы полного цикла сопровождения потребителей (eCRM-системы).
22. Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи.
23. Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (e-market).
24. Типы корпоративных представительств и рекомендации по их использованию.  
Корпоративный портал.
25. Сайт-визитка, презентационный сайт.
26. Интернет-витрина. Интернет-магазин.
27. Внешний коммуникативный канал. Типовой вариант сайта Интернет-магазина.
28. Торговые ряды. Комплексы программных средств для реализации Интернет-проекта.
29. Разработка проекта сайта, основные этапы.
30. Системы управления контентом.
31. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах.
32. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах.
33. Выбор хостинга (виртуальный хостинг, виртуальный выделенный сервер, выделенный сервер, колокация).
34. Маркетинг и реклама на электронном рынке.
35. Роль маркетинга в построении эффективной бизнес-модели.
36. Методика определения целевой аудитории и поиска ее в Интернет.



37. Критерии сегментации: социальнодемографические характеристики, психографические характеристики, поведенческие характеристики, географические характеристики.
38. Взаимосвязь целевой аудитории и типа рекламной кампании, используемых рекламных инструментов.
39. Ценовые модели размещения рекламы в Интернет - фиксированная оплата (Flat Fee Advertising), оплата по количеству показов рекламы (CPM), оплата по количеству переходов (CPC), оплата по количеству посетителей (CPV) и т.д.
40. Медийная реклама.
41. Медиаметрические исследования в Интернет.
42. Методы оценки эффективности маркетинга и рекламы в Интернет.
43. Медиапланирование и создание рекламной кампании. Выбор площадок для размещения рекламы.
44. Технологическая модель: архитектура, платформа, инструменты, приложения.
45. Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса. Коммуникационная платформа предприятия электронного бизнеса.
46. Модели организации коммуникационной платформы.
47. Структура информационной платформы электронных предприятий.
48. Модели реализации информационной платформы предприятия электронного бизнеса.
49. Правовые аспекты организации предприятий электронного бизнеса.
50. Понятие электронного документа и электронно-цифровой подписи.
51. Аутентификация контрагентов на основе технологии электронной цифровой подписи.
52. Сертификационные центры.
53. Российское законодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнес-организаций: заключение в электронном виде договоров, оформление электронных счетов-фактур, сдача в электронном виде налоговой отчетности.
54. Разрешение споров в электронной коммерции.
55. Платежные системы.
56. Основные функции платежных систем.
57. Денежные расчеты в сети. Классификация платежей и платежных систем.
58. Системы расчетов, работающие с реальными деньгами.
59. Системы расчетов, использующие электронную валюту (цифровые деньги).
60. Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса.
61. Особенности инвестирования электронных предприятий.
62. Интернет-инкубаторы и венчурные фонды.
63. Структура затрат предприятий электронного бизнеса.
64. Доходная часть предприятий электронного бизнеса.
65. Основные экономические показатели эффективности деятельности.

#### **Вопросы для проверки остаточных знаний**

1. Туристический бизнес в Интернет.
2. Интернет-страхование.
3. Аукционы и конкурсы в Интернет.
4. Интернет-рекрутинг.
5. Сервисы связи и организации общения.
6. Интернет-инкубаторы.

#### **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).**

##### **Основная литература:**

1. Кобелев О.А. Электронная коммерция: Учебное пособие / О.А. Кобелев; под ред. С.В. Пирогова. — 4-е изд. — М.: Дашков и К, 2013. — 684 с.
2. Сибирская Е.В. Электронная коммерция: Учебное пособие / Е.В. Сибирская, О.А. Старцева - М.: ФОРУМ, 2010, 2013 - 228 с.
3. Бруковская О. Осовицкая Н. Как построить HR-бренд вашей компании. СПб, Питер, 2010. 288 с.
4. Меркулина И.А. Сетевая экономика: Учебное пособие / И.А. Меркулина - М.: ВГНА Минфина России, 2009 - 93с.

##### **Дополнительная литература:**

1. Васильев Г.А., Забегалин Д.А. Электронный бизнес. Реклама в Интернете, - М.: Юнити-Дана, 2008. 184 с.
2. Юрасов А.В. Электронная коммерция. Учебное пособие. – М.: Дело, 2003. - 403 с.
3. Успенский И. Энциклопедия Интернет-бизнеса.— СПб.: Питер, 2001 .— 427с.

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

1. Электронная коммерция, интернет бизнес, построение бизнеса в сети [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://www.rucommers.ru/>
2. Электронная коммерция, [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://vcommerce.ru/history.htm>
3. Электронная коммерция, [Электронный ресурс]- Режим доступа: [http://revolution.allbest.ru/marketing/00078793\\_0.html](http://revolution.allbest.ru/marketing/00078793_0.html)
4. Электронная коммерция, [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://www.e-commerce.psati.ru/index.html>
5. Электронная коммерция, [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://store.cpeda.com/referats/5/36/963vgfvjj.zip>

**8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.**

Для обеспечения учебного процесса используются:

- лекционные аудитории и компьютерные классы ;
- персональные компьютеры;
- базовое программное обеспечение Windows

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций примерной ООП ВО по направлению 38.03.01 Экономика и профилю подготовки экономика предприятий и организаций

Рецензент от выпускающей кафедры (работодателя) по направлению

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

И.О.Ф