МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
Обнинский институт атомной энергетики –
филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
(ИАТЭ НИЯУ МИФИ)

ОТДЕЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК (О)

Одобрено на заседании
Ученого совета
ИАТЭ НИЯУ МИФИ
Протокол №25.8 от 25.08.2025

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС
название дисциплины

для студентов направления подготовки

38.03.05 Бизнес-информатика
код и название направления подготовки

образовательная программа

Цифровая трансформация компании

Форма обучения: очная

г. Обнинск 2025 г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Электронный бизнес» является формирование у обучающихся представлений в области деятельности предприятий и организаций в сети Интернет, формирование комплекса теоретических знаний о принципах и основах построения и организации электронного бизнеса, технологии электронных платежей, интерактивных финансовых операциях, электронной и мобильной торговле, а также формирование практических навыков в области оценки, эксплуатации, адаптации и сопровождения информационных систем и сервисов электронного бизнеса умений и навыков по созданию и организации электронного бизнеса.

Задачи преподавания:

- формирование у студентов представления о современных технологиях электронного бизнеса и электронной коммерции;
- формирование целостного понимания электронного бизнеса и его структурных элементов;
- освоение теоретических основ организации и функционирования организаций электронной коммерции и электронного бизнеса;
- получение студентами теоретических и практических знаний по различным видам современной предпринимательской деятельности с использованием Интернета и мобильных устройств в сфере электронного бизнеса;
- изучение основ управления web-сервером; создание web-сайтов в глобальной сети;
- освоение современной системы управления базами данных в бизнесе;
- изучение вопросов, связанных с обеспечением безопасной и эффективной деятельности предприятий электронной коммерции;
- изучение вопросов, связанных с построением безопасной и эффективной инфраструктуры предприятий электронной коммерции и электронного бизнеса;
- освоение технологии использования и поддержки основных сервисов электронного бизнеса;
- освоение технологии настройки, эксплуатации и сопровождения информационных систем электронной коммерции;
- изучение принципов и методов анализа рынка программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем электронного бизнеса;
- формирование теоретических знаний о функционировании Интернет-магазинов и практических навыков по созданию Интернет-магазинов и оценке эффективности их функционирования.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы (далее – ОП) бакалавриата

Дисциплина реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений, входит в состав профессионального модуля, является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Правоведение», «Архитектура предприятия», «Базы данных», «Объектно-ориентированное программирование», «Автоматизация бухгалтерского учета», «Маркетинговые коммуникации».

Дисциплины и/или практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: «Основы разработки мобильных приложений» «Реинжиниринг бизнес-процессов», «Эффективность информационных систем», «Интернет-маркетинг», «Проектирование информационных систем», «Интернет-предпринимательство», «Электронный документооборот», производственная практика (преддипломная), государственная итоговая аттестация (защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты).

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенций	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-1	Способен анализировать прикладную область на концептуальном, логическом, математическом, макро- и микроэкономических уровнях	З-ПК-1 Знать: сущность и содержание междисциплинарного подхода к решению инновационных задач и экономические рациональные границы применения основных методов организационно-экономического моделирования; методы построения концептуальных, логических, математических и имитационных моделей; методы прогнозирования, технико-экономических исследований научно-технических решений и нормативного проектирования инновационных видов продукции и процессов У-ПК-1 Уметь: воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике научного исследования, готовить реферативные обзоры и отчеты, получать научно-исследовательский опыт в профессиональных социальных сетях; выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоемких сферах на основе анализа, обобщения и систематизации передового опыта

		в сфере инноватики по материалам ведущих научных журналов и изданий, с использованием электронных библиотек и интернет-ресурсов. В-ПК-1 Владеть навыками: формирование и обоснование целей и задач исследований и проектных разработок, изыскательских работ, определение значения и необходимости их проведения, путей и методов их решения
ПК-10	Способен осуществлять планирование и проектирование высокотехнологичных реальных систем, процессов и продуктов на глобальном рынке	З-ПК-10 Знать: принципы и методы построения системы и инструменты управления производством; основы планирования жизненного цикла инновационной продукции; основы современного материального производства; методы оценки качества и конкурентоспособности наукоемкой продукции. У-ПК-10 Уметь: разрабатывать экономико-математические и компьютерные модели производственно-коммерческих процессов жизненного цикла наукоемкой продукции. В-ПК-10 Владеть навыками: участие в разработке и внедрении в производство прогрессивных, экономически обоснованных, ресурсосберегающих технологических процессов, обеспечивающих высокий уровень технологической подготовки производства, производительности труда, качества выпускаемой промышленной продукции на уровне лучших отечественных и зарубежных образцов

4. Воспитательный потенциал дисциплины

Направления / цели воспитания	**Задачи воспитания (код)**	**Воспитательный потенциал дисциплин**
Профессиональное воспитание	формирование ответственности за профессиональный выбор, профессиональное развитие и	Использование воспитательного потенциала дисциплины «Электронный бизнес» для формирования у студентов ответственности за свое профессиональное развитие посредством выбора студентами индивидуальных образовательных траекторий, организации системы общения между всеми участни-

	профессиональные решения **(В18)**	ками образовательного процесса, в том числе с использованием новых информационных технологий.

Организация интерактивных мероприятий и реализация специализированных заданий с воспитательным и социальным акцентом:

1. Организация научно-практических конференций, круглых столов, встреч с выдающимися учеными и ведущими специалистами отраслей реального сектора экономики; научно-проектной деятельности.
2. Участие в подготовке публикаций в отечественных и международных журналах.

5. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Вид работы	**Форма обучения: очная** **Семестр: 5** **Количество часов на вид работы:**
Контактная работа обучающихся с преподавателем	
Аудиторные занятия *(всего)*	**40**
В том числе:	
Лекции	16
практические занятия *(из них в форме практической подготовки)*	24 (24)
лабораторные занятия	-
Промежуточная аттестация	
В том числе:	
зачет	-
экзамен	36
Самостоятельная работа обучающихся	
Самостоятельная работа обучающихся *(всего)*	**32**
Всего (часы):	**108**
Всего (зачетные единицы):	**3**

Контактная внеаудиторная работа обучающихся с преподавателем проводится в следующих формах:

1. индивидуальная работа обучающихся с преподавателем: по графику консультаций преподавателя во внеучебное время (в т.ч. в online-формате);
2. групповая или индивидуальная работа обучающихся с преподавателем: по графику консультаций преподавателя во внеучебное время (в т.ч. в online-формате);

3. подготовка доклада к «круглому столу»: результаты обсуждаются и заслушиваются в рамках семинарских занятий, консультации по написанию проводятся во внеучебное время по графику консультаций преподавателя (в т.ч. в online-формате);
4. Индивидуальное домашнее задание: результаты обсуждаются и заслушиваются в рамках семинарских занятий, консультации по написанию проводятся во внеучебное время по графику консультаций преподавателя (в т.ч. в online-формате).

6. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

Не-деля	Наименование раздела / темы дисциплины	**Виды учебной работы** в часах				
		Очная форма обучения				
		Лек	**Пр**	**Лаб**	**Внеауд**	**СРО**
1-3	I **Теоретические основы электронной коммерции и электронного бизнеса**					
1	1.1 Сущность и этапы развития электронного бизнеса и электронной коммерции.	1	-			1
1-2	1.2 Виды электронной коммерции и электронного бизнеса. Преимущества и недостатки электронной коммерции	1	2			1
2-3	1.3 Сетевая экономика. Виртуальные предприятия и тенденции их развития	1	2			1
3	1.4 Институты поддержки и тенденции развития электронной коммерции в РФ	1	-			1
	Итого по разделу I:	**4**	**4**			**4**
4-9	**II Нормативно-правовое регулирование и информационное обеспечение электронного бизнеса**					
4-5	2.1 Информационное обеспечение и информационная инфраструктура электронного бизнеса.	2	2			1
5-6	2.2 Безопасность электронного бизнеса и электронной коммерции	1	1			1
6-7	2.3 Классификация систем электронной коммерции и модели бизнес-процессов	1	2			2
7	2.4 Цифровая экономика РФ	1	-			2
8-9	2.5 Правовые основы электронного бизнеса	1	2			2
	Итого по разделу II:	**6**	**7**			**8**
9-	**III Модели, инструменты и технологии электронной коммерции и электронного бизнеса**					
9-10	3.1 Планирование и организация электронного бизнеса	1	2			1
10	3.2 Модели электронного бизнеса	1	1			2
11	3.3 Мобильная и социальная коммерция	1	2			2
11-12	3.4 Финансовые и торговые системы в сети Интернет	1	3			2

Не-деля	Наименование раздела / темы дисциплины	**Виды учебной работы** в часах				
		Очная форма обучения				
		Лек	**Пр**	**Лаб**	**Внеауд**	**СРО**
13-14	3.5 Электронные платежи и системы электронных платежей	1	2			2
15-16	3.6 Основы Интернет-маркетинга	1	1			1
	Итого по разделу III:	**6**	**11**			**10**
	«Круглый стол»		**2**			**2**
	Индивидуальное домашнее задание					**8**
	Экзамен				**36**	
	Всего:	**16**	**24**		**36**	**32**

Прим.: Лек – лекции, Пр – практические занятия / семинары, Лаб – лабораторные занятия, Внеауд – внеаудиторная работа, СРО – самостоятельная работа обучающихся

6.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Лекционный курс

Неделя	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
1-4	I **Теоретические основы электронной коммерции и электронного бизнеса**	
1	Сущность и этапы развития электронного бизнеса и электронной коммерции.	Предмет электронной коммерции. Экономические и технологические предпосылки развития электронного бизнеса и электронной коммерции. Характеристика основных этапов развития электронного бизнеса. Причины перехода в киберпространство: расширение рынка; привлечение внимания; улучшение деловых взаимоотношений; повышение уровня реагирования; новые услуги; снижение затрат; своевременная поставка. Понятие электронного бизнеса и электронной коммерции. Модели электронного бизнеса: модель Интернет-бизнеса, модель расширения существующего бизнеса в Интернет, информационная модель. Основные способы формирования цепочек добавления потребительской стоимости в киберпространстве. Компоненты бизнес-решения в сфере электронного бизнеса. Виды решений: предпринимательское, содержательное, управленческое, технологическое и т.д. Уровни интеграции электронного бизнеса. Методы повышения потребительской ценности товаров и услуг в электронном бизнесе. Электронная коммерция в современном мире. Воздействие развития электронной коммерции на экономику. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России. Анализ проблемных вопросов электронной коммерции, связанных с вступлением России во Всемирную торговую организацию.
2	Виды электронной коммерции и электронного бизнеса. Преимущества и недостатки электронной коммерции	Субъекты и объекты электронного бизнеса и электронной коммерции. Общая характеристика составляющих элементов электронной коммерции: электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange, EDI), электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFT), электронная торговля (e-trade), электронные деньги (e-cash), электронный маркетинг (e-marketing), электронный банкинг (e-banking), электронные страховые услуги (e-insurance). Преимущества электронной

Неделя	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		коммерции для производителя, поставщика и покупателя. Недостатки электронной коммерции. Общая характеристика видов электронного бизнеса. Факторы, сдерживающие развитие электронной коммерции и электронного бизнеса. Проблема киберпреступности.
3	Сетевая экономика. Виртуальные предприятия и тенденции их развития	Сетевая экономика. Принципы функционирования сетевой экономики. Роль и место электронных предприятий в электронном бизнесе. Принципы информационного взаимодействия. Отличительные признаки различных типов предприятий. Виртуальные предприятия и объединения. Эволюция электронных предприятий. Классификация электронных предприятий.
4	Институты поддержки и тенденции развития электронной коммерции в РФ	Становление и развитие технологий электронной коммерции. Современные технологии электронной коммерции. Электронная и мобильная коммерция в сфере услуг. Организационная поддержка развитие электронной коммерции в РФ: Портал Oborot.ru. Ежегодные обзоры «ИТ в ритейле» (PC Week, Cnews Analytics). Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ). Национальная ассоциация участников электронной коммерции (НАУЭТ). Ассоциация компаний розничной электронной торговли (АКРЭТ). Российская ассоциация электронных коммуникаций (РАЭК). Ассоциация участников рынка электронных денег (АЭД). Ассоциация электронных торговых площадок (АЭТП). Международная интернет-гильдия предпринимателей (МИГ). Технологии Big Data и их роль в развитии электронного бизнеса.
4-9	II **Нормативно-правовое регулирование и информационное обеспечение электронного бизнеса**	
4-5	Информационное обеспечение и информационная инфраструктура электронного бизнеса.	Источники и потребители данных. Информационные серверы и универсальные клиенты. Типы информационных сетей электронного бизнеса. Классификация информационных сетей торговых предприятий. Протоколы обмена информацией. Основные типы подключений предприятий к сети Интернет. Электронный обмен данными. Электронный документооборот. Виды доступа к Интернет. Гипертекст. Web-страница, Web-сайт. Адресация в IP сетях. Доменное имя. Протоколы. Браузеры.

Неделя	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		Службы Интернет. Web-сайт как инструмент электронного бизнеса. Обзор программных средств и стандартов для разработки Web-сайта. Составные элементы Web- сайта. Классификация Web-сайтов. Этапы создания Web-сайтов. Содержание и основные направления работы с посетителями Web-сайта. Краткая характеристика ИС, предназначенных для управления торговыми предприятиями МСП.
6-7	Безопасность электронного бизнеса и электронной коммерции	Безопасность предприятий электронной коммерции. Правовые основы информационной безопасности. Защита персональных данных. Ответственность за безопасность электронных платежей. Безопасность платежей пластиковыми картами. Электронные цифровые подписи.
7-8	Классификация систем электронной коммерции и модели бизнес-процессов	Современные исследования бизнес-моделей в Интернет. Структура бизнес-модели. Основные типы по М.Раппа. Web 2.0 бизнес-модели. Построение бизнес-моделей по А. Остервальдеру. Классификаторы, используемые в электронной коммерции. Классификация систем электронной коммерции. Классификация пользователей и объектов электронной коммерции. Модели бизнес-процессов. Структурные и функциональные схемы систем электронной коммерции. Классификаторы. Характеристика классификатора «Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности стран Содружества Независимых Государств». Характеристика INCOTERMS 2010. Система электронного обмена данными в управлении, торговле и на транспорте (EDIFACT). Штриховое кодирование, радиочастотные метки.
8	Цифровая экономика РФ	Определение, цели и задачи цифровой экономики. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Цели и задачи цифровой экономики в трактовке министерств Российской Федерации и неправительственных организаций. Характеристика ИКТ-составляющих цифровой экономики. Кибербезопасность в условиях цифровой трансформации. Тенденции инновационных решений в электронной коммерции
9-10	Правовые основы электронного бизнеса	Российское и международное законодательство в сфере электронного бизнеса. Инструменты правового регулирования взаимоот-

Неделя	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		ношений в электронном бизнесе. Сферы правового регулирования. Международные правовые системы. Правовые нормы ведения электронного бизнеса в России. Определение сделки. Виды и формы сделок. Виды договоров. Купли- продажи в электронной торговле. Формы основных документов при совершении коммерческих транзакций. Документы, используемые при совершении простой закупки.
10-16	**III Модели, инструменты и технологии электронной коммерции и электронного бизнеса**	
10	Планирование и организация электронного бизнеса	Основные этапы проектирования организации электронного бизнеса. Коммуникационная платформа предприятия электронного бизнеса. Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса. Структура затрат предприятий электронного бизнеса. Доходная часть предприятий электронного бизнеса.
11-12	Модели электронного бизнеса	Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B) ресурсов. Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C). 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. Перспективы электронной коммерции. Оценка эффективности электронного бизнеса.
13	Мобильная и социальная коммерция	Технологии мобильной и социальной коммерции. Социальные сети и блоги. CRM-системы в социальных сетях. Корпоративные социальные сети. Вопросы безопасности работы в социальных сетях. Факторы роста мобильной коммерции. Основные категории мобильных приложений. Правовое регулирование мобильной коммерции.
14	Финансовые и торговые системы в сети Интернет	Понятие электронного фондового рынка, интернет-трейдинга. Технология работы на электронных фондовых рынках. Система электронных биржевых торгов INDX (торговля обязательствами по возврату денег или поставок товара) Интернет-биржа Forexite. Модель покупки товара по Генри

Неделя	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		Интернет-магазины. Интернет-аукционы. Интернет-площадки. Мобильный и интернет-банкинг. Интернет-страхование.
15	Электронные платежи и системы электронных платежей	Классификация платежных систем. Факторы развития платежных систем. Платежные системы в исторической перспективе. Виды платежных сообщений. Платежные инструменты. Электронные платежные инструменты. Перспективы использования платежей наличными. Клиринговая деятельность в платежных системах. Клиринговые системы. Процедуры клиринга и расчета. Гибридные системы клиринга и расчета. Принципы построения платежных систем на микропроцессорных картах. Технологические основы и технические средства создания платежных систем. Организация оплаты с использованием кредитной карты. Платежные системы с предварительной авторизацией. Платежные системы для микроплатежей.
16	Основы Интернет-маркетинга	Системы электронной коммерции, как новые каналы коммуникаций и распределения товаров и услуг. Характеристика инструментов Интернет-маркетинга. Интеграция систем электронной коммерции с системой управления торговым предприятием. Реализация методов маркетинговых исследований в системах электронной коммерции. Формирование целевой аудитории для электронной коммерции.

Практические/семинарские занятия

Неделя	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
1-2	I **Теоретические основы электронной коммерции и электронного бизнеса**	
-	Сущность и этапы развития электронного бизнеса и электронной коммерции.	Тема рассмотрена на лекционном занятии, а также самостоятельно изучается студентами в рамках часов, отведенных для самостоятельной работы по курсу.
1	Виды электронной коммерции и электронного бизнеса. Преимущества и недостатки электронной коммерции	Электронный бизнес и электронная коммерция: общее и отличия. Основные возможности и угрозы развития электронного бизнеса и электронной коммерции в РФ. Виды электронной коммерции. Основные структурные элементы электронного бизнеса и их общая характеристика: Торговые пло-

Неделя	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		щадки (интернет-биржи, аукционы, каталоги товаров и услуг); Электронное управление закупками; Порталы (корпоративные, информационные, коммерческие, персональные); Организация, содержание и обслуживание общественных глобальных сетей; Финансовые услуги (интернет-платежные системы, обменные пункты, интернет-банкинг, онлайн-трейдинг); Инвестиционные фонды; Интернет-магазины; Контент-проекты; Информационные посредники; Информационный бизнес в Интернете; Интернет-маркетинг; Рекламный бизнес; Услуги связи и средства общения; WEB-мастеринг; MLM или сетевой маркетинг; Разработка ПО и цифровых товаров; Услуги сервис-провайдеров; Предоставление услуг (дистанционное обучение, сетевые библиотеки, электронное здравоохранение, интернет-консалтинг и т.д.); Игорный бизнес в сети; Биржи труда; Партнёрские программы .
1-2	Сетевая экономика. Виртуальные предприятия и тенденции их развития	Сетевая экономика. Принципы функционирования сетевой экономики. Тенденции и динамика роста и развития предпринимательства в среде Интернет. Проблемы и направления исследований в области поиска новых методов управления виртуальными предприятиями и расширения сферы их деятельности. Создание и функционирование виртуального предприятия Формирование концепции пред-приятия. Основные процессы виртуальных предприятий. Анализ и моделирование бизнес-процессов несетевого предприятия, осуществляющего аналогичную деятельность. Анализ возмож-ности реализации бизнес-процессов в электронной среде. Фронт-офис и бэк-офис электронного предприятия. Персонал виртуального предприятия. Этапы создания виртуального предприятия.
-	Институты поддержки и тенденции развития электронной коммерции в РФ	Тема рассмотрена на лекционном занятии, а также самостоятельно изучается студентами в рамках часов, отведенных для самостоятельной работы по курсу.
3-8	II **Нормативно-правовое регулирование и информационное обеспечение электронного бизнеса**	

Неделя	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
3-4	Информационное обеспечение и информационная инфраструктура электронного бизнеса.	Источники и потребители данных. Информационные серверы и универсальные клиенты. Сетевой транспорт. Адресация. Отображение локальных адресов на IP-адреса: протоколы ARP и RARP. Отображение символьных адресов на IP-адреса: служба DNS. Автоматизация процесса назначения IP-адресов узлам сети: протокол DHCP. Форма представления информации. Протокол передачи гипертекстовых данных. Универсальный указатель ресурса. Методы интеграции в информационную инфраструктуру серверов баз данных. Взаимодействие универсального клиента с сервером баз данных. Интеграция информационных структур предприятия с информационным сервером. Перспективы развития технологических компонентов инфраструктуры предприятия электронного бизнеса. Классификация Web-сайтов. Этапы создания Web-сайтов. Содержание и основные направления работы с посетителями Web-сайта. Оценка экономической эффективности работы сайта. Компоненты технологии взаимодействия пользователя с Интернет. Главные элементы контент-модели. Процессы по созданию и ведению WEB- контента. Способы реализации WEB- контента. Статические сайты. Динамические сайты. Системы WEB- паблишинга. Системы управления WEB-контентом. Виртуальный офис как основа информационного бизнеса. ASP-технология виртуального офиса. Стандарты обмена информацией. Электронный обмен данными EDI. Технология XML/EDI. Электронный бизнес на основе XML/EDI.
4	Безопасность электронного бизнеса и электронной коммерции	Способы оценки эффективности системы безопасности электронной коммерции. Вопросы правового регулирования безопасности электронной коммерции. Методы обеспечения информационной безопасности электронной коммерции. Угрозы информационной безопасности электронной коммерции. Программные и технические средства защиты информации. Страхование информационных систем. Электронные цифровые подписи. Защита информации. Основные меры информационной безопасности. Аутентификация, идентификация, проверка целостности, авторизация. Криптографическая защита данных.

Неделя	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
5-6	Классификация систем электронной коммерции и модели бизнес-процессов	Определение классификатора, виды классификаторов. Единый государственный реестр предприятий и организаций, Единый государственный регистрационный номер для индивидуального предпринимателя и Единый государственный реестр юридических лиц . Основной государственный регистрационный номер предприятия. Общероссийский классификатор предприятий и организаций Системы классификации товаров и услуг. Стандарты UN/EDIFACT и технология XML. Стандарты обеспечения безопасности электронных расчетов. Протокол SSL. Протокол SET. Расширения протокола SET. Универсальный формат электронного кошелька. Новые стандарты электронных расчетов. Стандарты взаимодействия с пользователем мобильных средств связи. WAP-спецификация. Электронный документооборот. Возможности ЭД. Необходимость стандартизации ЭД. Регистрационные коды. Коды статистики. Коды товарной номенклатуры. Коды налоговой информации. Финансовая информация. Банковская информация. Международные организации по стандартизации. ISO, ее стандарты и сертификаты. Международная торговая номенклатура. Международные правила толкования торговых терминов- ИНКОТЕРМС. Штриховое кодирование. Возможности кодирования. Радиочастотная идентификация RFID. Индустриальные терминалы сбора данных (ТСД). Программное обеспечение ТСД.
7	Цифровая экономика РФ	Тема рассмотрена на лекционном занятии, а также самостоятельно изучается студентами в рамках часов, отведенных для самостоятельной работы по курсу.
7-8	Правовые основы электронного бизнеса	Российское и международное законодательство в сфере электронного бизнеса. Инструменты правового регулирования взаимоотношений в электронном бизнесе. Сферы правового регулирования. Международные правовые системы. Правовые нормы ведения электронного бизнеса в России. Форма электронных сделок. Электронная цифровая подпись. Представление электронных данных в качестве судебных доказательств. Правовые проблемы регулирования доменных

Неделя	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		имен. Субъекты электронных сделок. Авторское право и защита интеллектуальной собственности. Аспекты международного правового регулирования.
9-16	**III Модели, инструменты и технологии электронной коммерции и электронного бизнеса**	
9-10	Планирование и организация электронного бизнеса	Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса. Бизнес-модели и направления электронного бизнеса. Инфраструктура предприятий электронного бизнеса. Коммуникационная платформа предприятия электронного бизнеса. Модели организации коммуникационной платформы. Структура ин-формационной платформы электронных предприятий. Модели реализации информационной платформы предприятия электронного бизнеса. Электронная витрина предприятий электронной коммерции. Системы электронных платежей (общая характеристика функционала). Офлайновые платежные системы. Классификация электронных платежных систем. Кредитные и дебетовые системы. Электронная наличность. Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса. Структура затрат предприятий электронного бизнеса. Доходная часть предприятий электронного бизнеса. Методики мониторинга функционирования предприятий электронного бизнеса. Современные исследования бизнес-моделей в Интернет. Структура бизнес-модели. Основные типы по М.Раппа. Web 2.0 бизнес-модели. Построение бизнес-моделей по А.Остервальдеру.
10	Модели электронного бизнеса	Участники деловых операций. Электронные торговые площадки (ЭТП). Возможности и преимущества ЭТП. Характеристики основных ЭТП модели B2C. Характеристики основных ЭТП, модели B2B, B2G.G2B. Электронная коммерция B2B (бизнес-бизнес). Электронная коммерция B2C (бизнес-потребитель). Модели C2C (P2P, Peer-to-Peer), B2G или B2A, C2A, E2E (Exchange-to-Exchange). Основные модели электронного бизнеса, ориентированные на бизнес-партнера. Электронное управление закупками. Электронные аукционы. Технология проведения электронных аукционов. Типы

Неделя	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		электронных аукционов. Примеры электронных аукционов. Электронные биржи. Порталы. Корпоративные порталы. Экономические схемы информационных порталов. Методы повышения конкурентоспособности в электронном бизнесе. Динамика экономических показателей в сфере электронного бизнеса, ориентированного на бизнес-партнера. Основные модели электронного бизнеса, ориентированные на конечного пользователя. Электронная реклама. Электронная торговля. Схема работы электронного магазина. Основные задачи, решаемые при создании электронного магазина. Особенности электронной торговли в России. Основные модели электронной торговли. Типовая структура Интернет-магазина. Web-витрины. Факторы, определяющие успех электронной торговли. Информационные услуги. Электронное здравоохранение. Управление взаимоотношениями с клиентами. Методы повышения потребительской ценности товаров и услуг в электронном бизнесе. Разработка электронного магазина. Основные понятия эффективности электронной коммерции. Методы оценки эффективности систем электронной коммерции. Примеры оценки эффективности электронной коммерции. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете. Оценка эффективности электронной коммерции с помощью индекса ePerformance компании McKinsey. Оценка эффективности вложений в информационные технологии.
11-12	Мобильная и социальная коммерция	Технологии мобильной и социальной коммерции. Социальные сети и блоги. CRM-системы в социальных сетях. Корпоративные социальные сети. Социальные сети в маркетинге. Вопросы безопасности работы в социальных сетях. Факторы роста мобильной коммерции. Портрет пользователя мобильного Интернета Основные категории мобильных приложений. Правовое регулирование финансовых операций в мобильной коммерции. Стратегия продвижения компании в социальных сетях, выбор каналов. Inhouse или outsourcing. Позиционирование аккаунта (бренд, интересы, смешанное),

Неделя	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		сегментация аудитории. Подготовка контента: цепляющие заголовки, фотографии, продающий текст. Обратная связь, получение отзывов и вопросов. Работа с негативом. Интегрирование работы в социальных сетях с общей стратегией продвижения компании. Social Media в общей стратегии маркетинга. Бизнес-задачи в Social Media. Особенности продвижения в социальных сетях. Аналитика в социальных сетях. Решение HR- и B2B-задач с помощью социальных сетей. GR и MR в социальных сетях. Виды позиционирования в социальных сетях. Форматы позиционирования в социальных сетях. SMM-инструментов. Работа с биржами. Работа с блогерами. Хэштеги. Виджеты на сайте.
12	Финансовые и торговые системы в сети Интернет	Интернет-банкинг: технологии и направления развития. Мобильный банкинг. Необанки и особенности их деятельности.Интернет-трейдинг. Интернет-страхование. Технологии создания и продвижения Интернет-магазина. Достоинства и недостатки Интернет-магазинов. Обеспечение безопасности сделок. Понятие Landing Page. Типовые задачи, которые решает лендинг. Проектирование лендингов. Правила прототипирования подписных лендингов. Тестирование лендингов. Примеры и антипримеры лендингов. Создание лендинга в конструкторе. Формальные критерии выбора. Проблемы роста интернет-магазина. Этапы развития Интернет-магазина. Нормативно-правовое регулирование деятельности Интернет-магазинов в РФ. Особенности дистанционной торговли. Обязательные составляющие сайта. Договор оферты. Защита персональных данных. Прием денег. Возврат денег. Общение с проблемными клиентами. Бизнес-процессы в электронном бизнесе. Автоматизация бизнес-процессов. Оптимизация бизнес-процессов. Контроль выполнения бизнес-процессов. Персонализация. Сбор отзывов. Подсчет NSP. Организация колл-центра. Выбор платформы для КЦ. Разработка скриптов. Основные метрики КЦ
13-14	Электронные платежи и системы электронных платежей	Классификация платежных систем. Факторы развития платежных систем. Электронные платежи. Характеристика систем электронных платежей. Платежные инструменты. Виды платежных систем. Отечественные и зарубежные ЭПС и их

Неделя	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		характеристика. Характеристика платежных систем, работающих с банковскими пластиковыми картами. Интегрированные платежные системы. Платежные терминалы коммерческих организаций. Безопасность транзакций.
15-16	Основы Интернет-маркетинга	Применение Интернет в решении маркетинговых задач бизнеса. Маркетинговые технологии Интернет. Роль и значение Web-сайта в маркетинге. Привлечение посетителей на сайт. Индивидуальный маркетинг в Интернет. Прямой маркетинг в Интернет. Реклама в Интернет. Размещение сайта в сети. Реклама и раскрутка сайта. Аудитория интернет, аудитория отдельных ресурсов. Понятия – аудитория Интернет, пользователь, посетитель, сообщество пользователей, аудитория Рунет. Количественные характеристики мировой и российской сети. Методы изучения и инструментарий. Способы получения данных о тенденциях развития Интернета: экспертные оценки; данные провайдеров; данные статистики служб Интернета; опросы в Интернете; опросы вне Интернета; Интернет - панели. Стратегия продвижения компании в социальных сетях, выбор каналов. Формирование маркетинговых целей. Континуум различных типов продуктов. AIDA + Digital AIDA. Доли рынка 4P и AIDA. Стратегический маркетинг. Задачи маркетинга. Понятие целевой аудитории. Определение целевой аудитории от товара и от услуги. Анализ товара. QFD. SWOT-анализ. ABC- анализ. Определение целевой аудитории от рынка. Точки контакта с целевой аудитории. Критерии сегментирования. Алгоритм сегментирования. Способы выявления потребностей целевой аудитории. Понятие KPI. Принцип 10/80/10. Цели продвижения. Конверсия как один из важнейших KPI в маркетинге. Инструменты для достижения разных KPI. Системы KPI. Показатели KPI. Определение основных KPI. Показатели эффективности Social Media в общей стратегии маркетинга. Бизнес-задачи в Social Media. Особенности продвижения в социальных сетях. Аналитика в социальных сетях. Решение HR- и B2B-задач с помощью социальных сетей. GR и MR в социальных сетях. Виды

Неделя	Наименование раздела /темы дисциплины	Содержание
		позиционирования в социальных сетях. Форматы позиционирования в социальных сетях. SMM-инструментов. Работа с биржами. Работа с блогерами. Хэштеги. Виджеты на сайте

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Электронный бизнес» разработаны следующие методические рекомендации и материалы:

1. Презентации к лекциям на электронном носителе;
2. Комплект задач и заданий (на электронном носителе)
3. В процессе самостоятельного изучения дисциплины «Электронный бизнес» осуществляются следующие виды работ:
   - подготовка к семинарам и опросам;
   - подготовка к тестированию, в том числе, контрольному;
   - подготовка к аналитической работе на практикуме;
   - подготовка доклада в «круглому столу;
   - подготовка индивидуального домашнего задания (ИДЗ)
4. Методические рекомендации для студентов по освоению дисциплины «Электронный бизнес», одобрены на заседании Ученого совета ИАТЭ НИЯУ МИФИ, протокол №25.8 от 25.08.2025.
5. Методические рекомендации для студентов по написанию реферата (контрольной работы) по дисциплине «Электронный бизнес», одобрены на заседании Ученого совета ИАТЭ НИЯУ МИФИ, протокол №25.8 от 25.08.2025.
6. Методические рекомендации для студентов. Терминологический словарь по дисциплине «Электронный бизнес», одобрены на заседании Ученого совета ИАТЭ НИЯУ МИФИ, протокол №25.8 от 25.08.2025.

8. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

8.1. Связь между формируемыми компетенциями и формами контроля их освоения

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индикатор достижения компетенции	Наименование оценочного средства текущей и промежуточной аттестации
Текущая аттестация			
I. Теоретические основы электронной коммерции и электронного бизнеса			
1	Сущность и этапы развития электронного	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады,

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индикатор достижения компетенции	Наименование оценочного средства текущей и промежуточной аттестации
	бизнеса и электронной коммерции.		групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
2	Виды электронной коммерции и электронного бизнеса. Преимущества и недостатки электронной коммерции	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
3	Сетевая экономика. Виртуальные предприятия и тенденции их развития	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
4	Институты поддержки и тенденции развития электронной коммерции в РФ	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
II. Нормативно-правовое регулирование и информационное обеспечение электронного бизнеса			
5	Информационное обеспечение и информационная инфраструктура электронного бизнеса.	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, тесты, контрольная работа, тесты
6	Безопасность электронного бизнеса и электронной коммерции	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-101	Устный опрос, тесты, доклады, контрольная работа, тесты
7	Классификация систем электронной коммерции и модели бизнес-процессов	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, конрольная работа, тесты
8	Цифровая экономика РФ	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
9	Правовые основы электронного бизнеса	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Индикатор достижения компетенции	Наименование оценочного средства текущей и промежуточной аттестации
III. Модели, инструменты и технологии электронной коммерции и электронного бизнеса			
10	Планирование и организация электронного бизнеса	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
11	Модели электронного бизнеса	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты, индивидуальное домашнее задание
12	Мобильная и социальная коммерция	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты, индивидуальное домашнее задание
13	Финансовые и торговые системы в сети Интернет	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
14	Электронные платежи и системы электронных платежей	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
15	Основы Интернет-маркетинга	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, контрольная работа, тесты
Промежуточная аттестация			
	Экзамен	З-ПК-1, У-ПК-1, В-ПК-1, З-ПК-10, У-ПК-10, В-ПК-10	Перечень вопросов к экзамену

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующие этапы формирования компетенций

Фонд оценочных средств по дисциплине обеспечивает проверку освоения планируемых результатов обучения (компетенций и их индикаторов) посредством мероприятий текущей и промежуточной аттестации по дисциплине.

Оценочные средства приведены в Приложении «Фонд оценочных средств»

8.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Итоговая аттестация по дисциплине является интегральным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков обучающихся по дисциплине и складывается из оценок, полученных в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущая аттестация в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы студентов.

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины.

Текущая аттестация осуществляется два раза в семестр:

– контрольная точка № 1 (КТ № 1) – выставляется в электронную ведомость не позднее 8 недели учебного семестра. Включает в себя оценку мероприятий текущего контроля аудиторной и самостоятельной работы обучающегося по разделам / темам учебной дисциплины с 1 по 8 неделю учебного семестра;

– контрольная точка № 2 (КТ № 2) – выставляется в электронную ведомость не позднее 16 недели учебного семестра. Включает в себя оценку мероприятий текущего контроля аудиторной и самостоятельной работы обучающегося по разделам / темам учебной дисциплины с 9 по 16 неделю учебного семестра.

Результаты текущей и промежуточной аттестации подводятся по шкале балльно-рейтинговой системы.

Этап рейтинговой системы / Оценочное средство	**Неделя**	**Балл**	
		Минимум*	Максимум
Текущая аттестация	**1-16**	**36**	**60**
Контрольная точка № 1	**7-8**	**18**	**30**
Контрольная работа	8	9	15
Опрос	1-8	3	5
Индивидуальное домашнее задание	7	6	10
Контрольная точка № 2	**15-16**	**18**	**30**
Реферат +доклад на «круглом столе»	16	6	10
Тестовые задания	9-15	9	15
Опрос	9-16	3	5
Промежуточная аттестация	**-**	**24**	**40**
Экзамен		24	40
Итого по дисциплине		**60**	**100**

* Минимальное количество баллов за оценочное средство – это количество баллов, набранное обучающимся, при котором оценочное средство засчитывается, в противном случае обучающийся должен ликвидировать появившуюся академическую задолженность по текущей или промежуточной аттестации. Минимальное количество баллов за текущую аттестацию, в т. ч. отдельное оценочное средство в ее составе, и промежуточную аттестацию составляет 60% от соответствующих максимальных баллов

Процедура оценивания знаний, умений, владений по дисциплине включает учет успешности по всем видам заявленных оценочных средств.

Устный опрос проводится на каждом практическом занятии и затрагивает как тематику прошедшего занятия, так и лекционный материал. Применяется групповое оценивание ответа или оценивание преподавателем.

Темы докладов (рефератов) озвучиваются студентам на каждом практическом занятии, выбор темы осуществляется студентом самостоятельно. В течение семестра проводятся 1-2 «круглых стола» по проблемам электронного бизнеса РФ, а также по наиболее актуальным проблемам международной электронной коммерции. Доклады студенты представляют на «круглом столе», а итоговая оценка за доклад выставляется как сумма баллов за внеаудиторную подготовку доклада и его презентацию на «круглом столе» (в т.ч. оценивается качество подачи материала, умение отвечать на вопросы и полемизировать с аудиторией и т.п.).

Контрольные работы проводятся в соответствии с технологической картой изучения дисциплины на 8-ой и 16-ой неделях семестра и могут включать в себя теоретические вопросы, задачи и тесты (в зависимости от степени изученности материала). Тесты по темам проводятся на практических занятиях и включают вопросы по изученным темам.

По окончании освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация в виде экзамена, что позволяет оценить совокупность приобретенных в процессе обучения компетенций. При выставлении итоговой оценки применяется балльно-рейтинговая система оценки результатов обучения.

Экзамен предназначен для оценки работы обучающегося в течение всего срока изучения дисциплины и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных обучающимся теоретических знаний и умений, способности приводить примеры практического использования знаний (например, применять их в решении практических задач), приобретения навыков самостоятельной работы, развития творческого мышления.

Оценка сформированности компетенций на экзамене для тех обучающихся, которые пропускали занятия и не участвовали в проверке компетенций во время изучения дисциплины, проводится после индивидуального собеседования с преподавателем по пропущенным или не усвоенным обучающимся темам с последующей оценкой самостоятельно усвоенных знаний на экзамене.

8.4. Шкала оценки образовательных достижений

Итоговая аттестация по дисциплине оценивается по 100-балльной шкале и представляет сумму баллов, заработанных студентом при выполнении заданий в рамках текущей и промежуточной аттестации

Сумма баллов	Оценка по 4-х балльной шкале	Оценка ECTS	Требования к уровню освоения учебной дисциплины
90-100	5- «отлично»/ «зачтено»	A	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, использует в ответе материал монографической литературы
85-89	4 - «хорошо» / «зачтено»	B	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твёрдо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос
75-84		C	
70-74		D	
65-69	3 - «удовлетворительно»/ «зачтено»		Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала
60-64		E	
0-59	2 - «неудовлетворительно» / «не зачтено»	F	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

9. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/583670.
2. Информационные системы и технологии в экономике и управлении в 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / ответственный редактор В. В. Трофимов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 375 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09090-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/564598
3. Информационные системы и технологии в экономике и управлении в 2 ч. Часть 2 : учебник для вузов / ответственный редактор В. В. Трофимов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 324 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09092-5. — Текст : электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/564599
4. Кетько, Н. В. Электронный бизнес : учебное пособие / Н. В. Кетько, А. В. Копылов, Н. Н. Скитер. — Волгоград : ВолгГТУ, 2020. — 80 с. — ISBN 978-5-9948-3612-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/157201 (дата обращения: 10.11.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебник для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/583434
6. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие для вузов / А. Г. Сковиков. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 260 с. — ISBN 978-5-8114-6857-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/152653

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

Российские регулирующие органы:
www.cbr.ru - Центральный банк России
http://www.minfin.ru/ru/ - Министерство финансов РФ
http://www.fedsfm.ru/ - Федеральная служба по финансовому мониторингу
http://www.nalog.ru/ - Федеральная налоговая служба
https://customs.gov.ru/ - Федеральная таможенная служба
https://roskazna.gov.ru/- Казначейство РФ
http://www.ach.gov.ru/ - Счетная палата РФ
http://government.ru/ - Правительство РФ
www.cbr.ru- Центральный банк России

Источники официальной статистики:
www.bis.org-Банк Международных Расчетов (BIS)
www.gks.ru/ - Федеральная служба государственной статистики РФ
http://e3.prime-tass.ru/macro/ - Прайм-тасс , макроэкономические показатели
http://stats.oecd.org/ - статистика по всем странам

Информационные агентства:
www.reuters.com -Reuters
www.bridge.com-Bridge Information System
www.cqg.com-CQG International
www.bloomberg.com -Bloomberg
www.afxpress.com-AFX
www.cnn.com-CNN

www.ft.com-Financial Times
www.nytimes.com -New York Times
www.economist.com-The Economist
www.wsj.com-Wall Street Journal
www.fortune.com -Fortune
www.k2kapital.com-K2Kapital
www.rsoft.ru/telerate -Telerate International Inc
www.prime-tass.ru-ИА "Прайм-Тасс"
www.finmarket.ru-ИА "Финмаркет"
www.rbc.ru-ИА "Росбизнесконсалтинг"
www.akm.ru/rus/default.stm-AK&M

Дополнительные ресурсы:

http://e.lanbook.com – ЭБС «Лань»

http://ru-economics.ru/catalog/Upravlenie-izmeneniyami.html - Информационный сайт «Управление изменениями»

http://www.markus.spb.ru – Управление изменениями в компании

http://www.ecsocman.edu.ru Федеральный образовательный портал: Экономика. Социология, Менеджмент. Большая электронная библиотека

http://www.dilib.ru/ - Электронная библиотека с электронными версиями журналов по экономике, финансам, бухгалтерскому учету.

https://xn--90aifddrld7a.xn--p1ai/ - Национальный портал «Мой бизнес»

https://www.ecommerce.datainsight.ru/magazini - Карта экосистемы электронной торговли (портал DataInsight)

https://e-pepper.ru/ - журнал об электронной коммерции

https://www.shopolog.ru/ - портал электронной коммерции

https://www.akit.ru/ - Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ)

https://www.cossa.ru/articles/ - материалы по электронной коммерции

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Электронный бизнес» (рекомендуемый режим и характер учебной работы, в том числе в части выполнения самостоятельной работы) – комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющий обучающимся оптимальным образом организовать процесс изучения как теоретического учебного материала дисциплины, так и подготовки к практическим / семинарским занятиям, в том числе проводимым с использованием активных и интерактивных технологий обучения.

Методические рекомендации для студентов по освоению дисциплины «Электронный бизнес» включают:

- рекомендации по подготовке и участию в лекционных занятиях;
- рекомендации по подготовке и участию в практических занятиях;
- советы по планированию и организации времени, отведенного на самостоятельную работу по дисциплине;
- рекомендации по работе с литературой;

- разъяснения по используемым оценочным средствам и балльно-рейтинговой системе;

- разъяснения по процедурам текущего и промежуточного контроля.

Отдельно разработаны Методические рекомендации для студентов по написанию реферата (контрольной работы) по дисциплине «Электронный бизнес», которые включают:

- требования к выполнению реферата (контрольной работы);
- требования к оформлению реферата (контрольной работы);
- рекомендуемую тематику рефератов (контрольных работ);
- показатели и критерии оценки реферата (контрольной работы).

Также разработаны Методические рекомендации для студентов. Терминологический словарь по дисциплине «Электронный бизнес», способствующие систематизации знаний студентов ввиду активизации их самостоятельной работы с базой источников, а именно, с нормативно-правовыми актами, специальной литературой, электронными ресурсами.

Рабочая программа дисциплины предусматривает следующие виды и формы аудиторной и внеаудиторной работы:

Лекции: 16 часов

Организация деятельности студента:

- По темам всех лекций имеются презентации.
- Отдельно старосте группы выдается список рекомендуемой литературы, имеющейся в библиотеке ИАТЭ и электронных библиотечных системах, для изучения тем по курсу.

Студент должен иметь лекционную тетрадь, где оформляет конспект лекций: кратко, схематично, последовательно фиксирует основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечает важные мысли, выделяет ключевые слова, термины. Проверка и уточнение терминов, понятий осуществляется студентом самостоятельно с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. При подготовке к занятиям необходимо обозначить вопросы, термины, материал, вызывающие трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации. Консультации проводятся как в очном, так и в дистанционном форматах.

Практические занятия: 24 часа

Семинарские занятия призваны научить студентов разбираться в проблемных вопросах электронного бизнеса, ориентироваться в специальной литературе, самостоятельно работать с литературными и электронными источниками, научиться осуществлять поиск финансовой, маркетинговой и статистической информации, уяснять и уметь оценивать различные точки зрения. Также формируются навыки решения задач в области проектирования предприятия электронного бизнеса (стратегический анализ, управленческий учет)

Целью семинарских занятий для студентов, приступающих к изучению курса, является более глубокое знакомство с ключевыми теоретическими вопросами, изучаемыми на занятиях, а также овладение практическими приемами и методами решения задач в области электронной коммерции.

Основные задачи:

1) приобретение навыков научно-исследовательской работы на основе анализа текстов источников и применения различных методов исследования; 2) выработка умения самостоятельно и критически подходить к изучаемому материалу, включая библиографию и средства электронной информации (Интернет);

Организация деятельности студента:

В начале каждого семестра студенты получают план семинарских занятий, списки примерных тем докладов, а также тем занятий, которые будут проводиться в интерактивной форме. Темы докладов выдаются на каждом семинарском занятии. Отдельно доводится график проведения «круглых столов».

Для подготовки к занятиям необходимо пользоваться рекомендациями по подготовке докладов.

Контрольные работы:

Подготовка к контрольным работам предполагает проработку лекционного материала, составление в рабочих тетрадях вспомогательных схем для наглядного структурирования материала с целью упрощения его запоминания. Необходимо обращать внимание на основную терминологию, классификации, отличительные особенности, наличие соответствующих связей между отдельными процессами в финансовой сфере. В зависимости от полноты освоения материала контрольная работа может проводиться в форме письменного ответа на теоретические вопросы и решения задач, а также в формате теста.

Подготовка доклада и презентации для участия в «круглом столе»

Основные этапы подготовки доклада

- выбор темы;
- консультация преподавателя;
- подготовка плана доклада;
- работа с источниками и литературой, сбор материала;
- написание текста доклада;
- оформление рукописи и предоставление ее преподавателю до начала доклада, что определяет готовность студента к выступлению;
- выступление с докладом, ответы на вопросы.

Тематика доклада предлагается преподавателем. Доклад должен быть подготовлен в печатной форме.

Технические требования к тексту доклада: шрифт 14, интервал 1,5, объем – 4-5 листов.

Текст доклада должен иметь титульный лист, оформленный в соответствии с образцом, имеющимся на кафедре, и содержать Ф.И.О. студента, Ф.И.О. преподавателя, название дисциплины, тему доклада, год выполнения, план доклада. Доклад

должен содержать правильно оформленные ссылки на использованные источники и литературу. Доклад представляется в виде устного выступления и показа презентации.

Общие рекомендации к презентации:

- Шрифты с засечками читаются легче, чем гротески (шрифты без засечек);
- Для основного текста не рекомендуется использовать прописные буквы.
- Шрифтовой контраст можно создать посредством: размера шрифта, толщины шрифта, начертания, формы, направления и цвета.
- Цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов.
- Существуют не сочетаемые комбинации цветов.
- На полосе не должно быть больше семи значимых объектов, так как человек не в состоянии запомнить за один раз более семи пунктов чего-либо.
- Дизайн должен быть простым, а текст — коротким.

Рекомендации по оформлению и представлению на экране материалов различного вида.

- цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;
- тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial, Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем;
- курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.
- рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде;
- желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловой нагрузки, если они не являются частью стилевого оформления;
- цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда;
- иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом;
- если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем;
- анимационные эффекты используются для привлечения внимания слушателей или для демонстрации динамики развития какого-либо процесса. В этих случаях использование анимации оправдано, но не стоит чрезмерно насыщать презентацию такими эффектами, иначе это вызовет негативную реакцию аудитории.
- стиль может включать: определенный шрифт (гарнитура и цвет), цвет фона или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и др.;
- не рекомендуется использовать в стилевом оформлении презентации более 3 цветов и более 3 типов шрифта;
- оформление слайда не должно отвлекать внимание слушателей от его содержательной части;
- все слайды презентации должны быть выдержаны в одном стиле;
- информационных блоков не должно быть слишком много (3-6);

- рекомендуемый размер одного информационного блока — не более 1/2 размера слайда;
- желательно присутствие на странице блоков с разнотипной информацией (текст, графики, диаграммы, таблицы, рисунки), дополняющей друг друга;
- ключевые слова в информационном блоке необходимо выделить;
- информационные блоки лучше располагать горизонтально, связанные по смыслу блоки — слева направо;
- наиболее важную информацию следует поместить в центр слайда;
- логика предъявления информации на слайдах и в презентации должна соответствовать логике ее изложения.

Рекомендации к содержанию презентации.

- на слайдах презентации не пишется весь тот текст, который произносит докладчик (во-первых, в этом случае сам факт произнесения доклада теряет смысл, а во-вторых, длинный текст на слайде плохо воспринимается и только мешает слушанию и пониманию смысла);
- текст на слайде должен содержать только ключевые фразы (слова), которые докладчик развивает и комментирует устно;
- если презентация является основой устного доклада, то по европейским и американским правилам второй слайд должен содержать краткое перечисление всех основных вопросов, которые будут рассмотрены в докладе;
- все схемы и графики должны иметь названия, отражающие их содержание;
- в конце презентации представляется список использованных источников, оформленный по правилам библиографического описания.

Общие правила оформления презентации

Дизайн

Необходимо выбрать готовый дизайн или создать свой так, чтобы он соответствовал теме, не отвлекал слушателей.

Титульный лист

1. Название презентации.
2. Автор: ФИО, студента, место учебы, год.
3. Логотип (по желанию).

Второй слайд «Содержание» – список основных вопросов, рассматриваемых в содержании. Лучше оформить в виде гиперссылок (для интерактивности презентации).

Заголовки

1. Все заголовки выполнены в едином стиле (цвет, шрифт, размер, начертание).
2. В конце точка НИКОГДА не ставится (наверное, можно сделать исключение только для учеников начальной школы).
3. Анимация, как правило, не применяется.

Текст

1. Форматируется по ширине.
2. Размер и цвет шрифта подбираются так, чтобы было хорошо видно.
3. Подчеркивание НЕ используется, т.к. оно в документе указывает на гиперссылку.
4. Элементы списка отделяются точкой с запятой. В конце обязательно ставится точка.

5. На схемах текст лучше форматировать по центру.
6. В таблицах – по усмотрению автора.
7. Обычный текст пишется без использования маркеров списка:
8. Выделять главное в тексте другим цветом (желательно все в едином стиле).

Графика

1. Используются четкие изображения с хорошим качеством.
2. Лучше растровые изображения (в формате jpg) заранее обработать в любом графическом редакторе для уменьшения размера файла

Требования к оформлению диаграмм

1. У диаграммы должно быть название или таким названием может служить заголовок слайда;
2. Диаграмма должна занимать все место на слайде;
3. Линии и подписи должны быть хорошо видны.

Требования к оформлению таблиц

1. Название для таблицы;
2. Читаемость при невчитываемости;
3. Отличие шапки от основных данных.

Студент должен провести домашнюю репетицию устного выступления с докладом и удостовериться, что по времени доклад укладывается в отведенные для выступления 6-7 минут.

Домашняя (внеаудиторная) подготовка доклада оценивается до 2-х баллов, выступление и ответы на вопросы также до 2-х баллов (характеристика оценки устного выступления дана в п.6.2.4). Итого за выполнение данного задания студент может получить до 4-х баллов.

Самостоятельная работа: 32 часа

В рамках часов, отведенных на самостоятельную работу, студент осуществляет следующие виды работы:

1. самостоятельная проработка теоретического и практического материала по темам, вынесенным на самостоятельное изучение;
2. подготовка к контрольным работам и опросам;
3. подготовка доклада
4. выполнение индивидуального домашнего задания

В течение всего семестра студенты самостоятельно прорабатывают материал по предложенным темам. Форма отчетности – конспект. Содержание тем для самостоятельного изучения входит в вопросы промежуточного, текущего и итогового контроля.

Работа с учебной и научной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к модульным контрольным работам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала - изучение рекомендованных источников и литературы по тематике лекций, конспектирование монографий и научных статей по темам семинарских занятий.

Конспекты учебной и научной литературы при самостоятельной подготовке к семинарским занятиям должны быть выполнены аккуратно, содержать ответы на

каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с учебной и научной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (т.е. создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных, значимых мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение проблемных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы, которые содержат и доказательства).

Конспекты лекций и научной литературы в обязательном порядке проверяются преподавателем либо во время семинарского занятия, либо во внеаудиторное время (по усмотрению преподавателя).

Конспекты оцениваются по системе «зачтено/ не зачтено». Оценку «не зачтено» студент получает при отсутствии конспекта или при его излишнем упрощении.

Промежуточный контроль: экзамен

Вопросы к экзамену выдаются студентам в электронном и распечатанном виде в начале семестра.

Подготовка к экзамену требует более тщательного изучения материала по теме или блоку тем, акцентирования внимания на определениях, терминах, содержании понятий, датах, характеристиках отдельных событий. Как правило, при подготовке к экзамену используется основной учебник, рекомендованный в рабочей программе, а также конспекты лекций и научной литературы, составленные в ходе изучения всего курса.

Студент допускается к экзамену, если за работу в течение семестра он набрал не менее 40 баллов, при этом выполнил обязательные виды работ: выступление с докладом на «круглом столе», выполнение аналитических заданий, представление конспектов по темам, вынесенным на самостоятельное изучение.

Критерии выставления оценок на экзамене приведены в фонде оценочных средств данной программы.

В ходе изучения дисциплины студентам рекомендуется вечером того дня, когда было проведено занятие, прочитать лекцию или просмотреть решение задач на семинаре. За десять минут до начала лекции или семинара также прочитать предыдущую лекцию и просмотреть материалы семинара. Данные рекомендации обусловлены исследованием Эббингауза.

В соответствии с кривой забывания Эббингауза разработаны следующие режимы повторения для наилучшего запоминания:

Если есть два дня:

первое повторение – сразу по окончании чтения;

второе повторение – через 20 минут после первого повторения;

третье повторение – через 8 часов после второго;

четвёртое повторение – через 24 часа после третьего.
Если нужно помнить очень долго:
первое повторение – сразу по окончании чтения;
второе повторение – через 20-30 минут после первого повторения;
третье повторение – через 1 день после второго;
четвёртое повторение – через 2-3 недели после третьего;
пятое повторение – через 2-3 месяца после четвёртого повторения

12. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Использование информационных технологий при осуществлении образовательного процесса по дисциплине осуществляется в соответствии с утвержденным Положением об Электронной информационно-образовательной среде ИАТЭ НИЯУ МИФИ.

Электронная система управления обучением (LMS) используется для реализации образовательных программ при очном, дистанционном и смешенном режиме обучения. Система реализует следующие основные функции:

1) создание и управление классами,
2) создание курсов;
3) организация записи учащихся на курс;
4) предоставление доступа к учебным материалам для учащихся;
5) публикация заданий для учеников;
6) оценка заданий учащихся, проведение тестов и отслеживание прогресса обучения;
7) организация взаимодействия участников образовательного процесса.

Система интегрируется с дополнительными сервисами, обеспечивающими возможность использования таких функций как рабочий календарь, видео связь, многопользовательское редактирование документов, создание форм опросников, интерактивная доска для рисования. Авторизация пользователей в системе осуществляется посредством корпоративных аккаунтов, привязанных к домену oiate.ru.

12.1. Перечень информационных технологий

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются следующие информационные технологии:

- проведение лекций и практических занятий с использованием слайд-презентаций;
- использование текстового редактора Microsoft Word;

– использование табличного редактора Microsoft Excel;

– организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты и ЭИОС.

12.2. Перечень программного обеспечения:

1. Microsoft Windows 10 Pro для образовательных учреждений, договор №1322эа от 27.10.2020.
2. Microsoft Office 2010 Professional Plus для образовательных учреждений, договор №1322эа от 27.10.2020.
3. Kaspersky Endpoint Security для образовательных учреждений, договор №1322эа от 27.10.2020.

12.3. Перечень информационных справочных систем:

Доступ к электронным библиотечным ресурсам и электронной библиотечной системе (ЭБС) осуществляется посредством специальных разделов на официальном сайте ИАТЭ НИЯУ МИФИ. Обеспечен доступ к электронным каталогам библиотеки ИАТЭ НИЯУ МИФИ, а также электронным образовательным ресурсам (ЭИОС), сформированным на основании прямых договоров с правообладателями учебной и учебно-методической литературы, методических пособий:

1. ЭБС «Айбукс», Договор № 05-25-910 от 2.06.2025 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронно-библиотечной системе «Айбукс.ру/ibooks.ru». Срок действия: 1.09.2025г. по 31.08.2026г.
2. ЭБС «ЛАНЬ», Договор № 08-25-910 от 30.05.2025 на оказание услуг по предоставлению доступа к базе данных ЭБС «Лань». Срок действия: с 1.09.2025г. по 31.08.2026г.
3. ЭБС «ЮРАЙТ», Договор № 09-25-910 от 3.06.2025 на оказание услуг по предоставлению доступа к «Образовательной платформе ЮРАЙТ». Срок действия: с 1.09.2025г. по 31.08.2026г.
4. ЭБС «Консультант студента», Договор № 06-25-910 от 3.06.2025 на оказание услуг по предоставлению доступа к комплектам «Медицина, Здравоохранение», «Книги издательства «Феникс», «Издательский дом МЭИ», «Книги издательства «Проспект»: «Иностранные языки», «Естественные науки», «Экономика и управление», «Гуманитарные науки», «Юридические науки», входящим в базу данных «Электронная библиотека технического вуза». (ЭБС «Консультант студента»). Срок действия: 1.09.2025г. по 31.08.2026г.
5. Научная электронная библиотека E-library.ru, Договор № SU-353/2025 от 2.11.2024 на доступ к электронным изданиям в составе базы данных «НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА eLIBRARY.RU». Срок действия: с 1.01.2025г. по 31.12.2025г.

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

При чтении лекций и проведении практических занятий по данному курсу используются мультимедийные технологии в аудиториях ИАТЭ НИЯУ МИФИ, оснащенных компьютерами или ноутбуками, экраном и проектором. Для организации групповой работы студентов на практических занятиях используется также флипчарт.

Минимально необходимый для реализации дисциплины перечень материально-технического обеспечения включает в себя аудиторию для лекционных и семинарских занятий на 30 посадочных мест с ноутбуком, проектором и экраном (при необходимости может использоваться переносной экран).

14. Иные сведения и (или) материалы

14.1. Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Компетентностный подход при освоении дисциплины «Электронный бизнес» реализуется через использование в учебном процессе активных методов обучения – таких взаимных действий преподавателя и обучающихся, которые побуждают последних к активной мыслительной и практической деятельности в процессе овладения изучаемым материалом. Применение интерактивных режимов обучения позволяет выстраивать взаимонаправленные информационные потоки: студент – группа студентов – преподаватель.

Используются следующие виды деятельности:

1) Практико-ориентированная деятельность – совместная деятельность подгруппы обучающихся и преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем выполнения аналитических заданий. Позволяет сформировать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи разной направленности.
2) Технология использования разноуровневых заданий – различают задачи и задания трех основных уровней: а) репродуктивный уровень позволяет оценить и диагностировать знание фактического материала и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивный уровень позволяет оценить и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческий уровень позволяет оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. В рамках заданий первого уровня студентам предлагается теоретический материал, в рамках второго уровня формируются умения и навыки поиска, анализа и интерпретации практического и статистического материала по теме занятия, задания третьего уровня предполагают вовлеченность студентов в творче-

ский процесс: групповые дискуссии по теме занятия, проведение «круглых столов», решение кейсов и т.п.

3) Традиционные технологии (информационные лекции, решение типовых задач на семинарских занятиях) – создание условий, при которых обучающиеся пользуются преимущественно репродуктивными методами при работе с конспектами, учебными пособиями, наблюдая за изучаемыми объектами, выполняя решение задач по типовым методикам.

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид занятий (лекция, семинары, практические занятия)	Количество ак. час.	Наименование активных и интерактивных форм проведения занятий
I	**Теоретические основы электронной коммерции и электронного бизнеса**			
1	Сущность и этапы развития электронного бизнеса и электронной коммерции.	лекция	1	Проблемная лекция с обсуждением содержания основных этапов развития электронной коммерции и ее технологий
2	Виды электронной коммерции и электронного бизнеса. Преимущества и недостатки электронной коммерции	лекция / практическое занятие	2	лекция-беседа, диспут, семинар с разбором конкретных ситуаций, тесты, решение контрольных работ
3	Сетевая экономика. Виртуальные предприятия и тенденции их развития	лекция / практическое занятие	2	Проблемная лекция, дискуссия, тесты, решение контрольных работ
4	Институты поддержки и тенденции развития электронной коммерции в РФ	лекция	1	Лекция-беседа, диспут, обсуждение основных тенденций развития электронного бизнеса на современном этапе
II	**Нормативно-правовое регулирование и информационное обеспечение электронного бизнеса**			
5	Информационное обеспечение и информационная инфраструктура электронного бизнеса.	лекция / практическое занятие	2	лекция-беседа, диспут, тесты, решение контрольных работ
6	Безопасность электронного бизнеса и электронной коммерции	лекция / практическое занятие	1	Проблемная лекция и групповое обсуждение, семинар с разбором конкретных ситуаций, тесты, решение контрольных работ

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид занятий (лекция, семинары, практические занятия)	Количество ак. час.	Наименование активных и интерактивных форм проведения занятий
7	Классификация систем электронной коммерции и модели бизнес-процессов	лекция / практическое занятие	2	Лекция-беседа и групповое обсуждение, семинар с разбором конкретных ситуаций, тесты, решение контрольных работ
8	Цифровая экономика РФ	лекция	1	Лекция-беседа, групповое обсуждение национальной программы «Цифровая экономика РФ»
9	Правовые основы электронного бизнеса	лекция / практическое занятие	2	Проблемная лекция, диспут, тесты, решение контрольных работ
III	**Комплексное межфункциональное управление предприятием**			
10	Планирование и организация электронного бизнеса	лекция / практическое занятие	2	Практико-ориентированная лекция-дискуссия, обсуждение содержания этапов планирования электронной коммерции и проектирования электронных организаций
11	Модели электронного бизнеса	лекция / практическое занятие	2	Лекция-беседа и групповое обсуждение, семинар с разбором конкретных ситуаций, тесты, решение контрольных работ
12	Мобильная и социальная коммерция	лекция / практическое занятие	1	Лекция-беседа и групповое обсуждение, семинар с разбором конкретных ситуаций, тесты, решение контрольных работ
13	Финансовые и торговые системы в сети Интернет	лекция / практическое занятие	1	Лекция-беседа, семинар с разбором конкретных ситуаций, тесты, решение контрольных работ
14	Электронные платежи и системы электронных платежей	лекция / практическое занятие	2	Лекция-дискуссия и групповое обсуждение, семинар с разбором конкретных ситуаций, тесты, решение контрольных работ
15	Основы Интернет-маркетинга	лекция / прак-	1	Лекция-беседа и групповое

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид занятий (лекция, семинары, практические занятия)	Количество ак. час.	Наименование активных и интерактивных форм проведения занятий
		тическое занятие		обсуждение, семинар с разбором конкретных ситуаций, тесты, решение контрольных работ

14.2. Формы организации самостоятельной работы обучающихся (темы, выносимые для самостоятельного изучения; вопросы для самоконтроля; типовые задания для самопроверки)

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Электронный бизнес» составляет 32 часа и включает в себя подготовку по темам, вынесенным на самостоятельное изучение, подготовку к семинарским занятиям и круглому столу.

На самостоятельное изучение выносятся следующие темы:

- Методы государственного регулирования электронной коммерции в развитых странах и России.
- Основные положения ФЗ РФ «Об электронной цифровой подписи».
- Регулирование проблем невыполнения обязательств по электронным сделкам (мировой и отечественный опыт).
- Исследование товарных рынков в электронной коммерции.
- Критерии выбора используемых платежных средств.
- Подходы к оценке электронного бизнеса и финансовых рисков.
- Измерение эффективности электронной коммерции.
- Особенности российских Интернет-магазинов.
- Расчеты с использованием «электронных кошельков». Преимущества и недостатки.
- Расчеты с использованием электронных наличных. Преимущества и недостатки.
- Смарт-карта как перспективное средство платежа в Интернете.
- Обеспечение безопасности при расчетах в Интернете.
- Экономические перспективы развития электронной коммерции в развитых странах и России.
- Влияние электронной коммерции на деятельность современных компаний и финансовых посредников.

Вопросы по указанным темам включены в контрольные работы и в перечень вопросов к зачету. Кроме того, в рамках выбранной темы студент может подготовить доклад для участия в круглом столе.

Вопросы для самоконтроля:

1. Технологии работы платежных систем.
2. Понятие электронных денег.
3. Архитектура программных систем электронной коммерции.
4. Карточные системы оплаты.
5. Схемы платежей в электронной коммерции.
6. Сущность электронной коммерции.

7. Этапы разработки программных систем электронной коммерции.
8. Трехуровневая модель приложения электронной коммерции.
9. Проблемы интеграции средств электронной коммерции в бизнес-процессы.
10. Сектор электронной коммерции B2B (Business-to-Business).
11. Что собой представляет информационный обмен?
12. Назовите основные системы электронной коммерции и охарактеризуйте их.
13. Что понимают под розничным сектором Интернет-торговли?
14. Перечислите основные правила маркетинга в Интернете.
15. Перечислите преимущества Интернет-коммерции.
16. Сектор B2C
17. Электронные деньги.
18. История развития Интернет-банкинга. Виды Интернет-банкинга.
19. Этапы проектирования систем электронной коммерции.
20. Инструментальные и программные средства разработки систем электронной коммерции.
21. Показатели оценки эффективности создания и функционирования электронного магазина.
22. Что предполагает разработка дизайна web-страниц?
23. Что собой представляют электронные торговые площадки?
24. Какие требования предъявляют к системам электронных платежей?
25. Охарактеризуйте технологию электронного офиса.
26. Что такое электронный франчайзинг?
27. Назовите виды навигации Интернет-магазина.
28. Назовите рекомендуемый объем информации на web-странице?
29. Каков показатель успешности работы Интернет-магазина?
30. Назовите основные теги работы с текстом в html?
32. Что такое таблицы стилей CSS?
33. Что такое скрипт?
34. Назначение php.
35. Для чего нужна карта навигации сайта?
36. Правила создания логотипа электронного магазина?
37. Правила использования цветовой гаммы при проектировании Интернет-магазина
38.Правила использования шрифтов при проектировании Интернет-магазина
39. Этапы проектирования предприятия электронной торговли.
40. Виртуальный офис.
41. Электронный фондовый рынок.
42. Назовите стандарты обмена информацией.
43. Назовите бизнес-модели электронного бизнеса.
44. В чем выражается эффективность функционирования предприятия электронного бизнеса?
45. Назовите программные средства тестирования web-сайтов.
46. Назовите основные направления защиты информации web-сайта.

Примерные задания для самопроверки:

Задание 1. Модель B2C - бизнес, ориентированный на конечных потребителей - физических лиц

Одним из важных моментов в планировании будущего бизнеса в сети Интернет является понимание того, кто будет клиентом компании. Ответ на этот вопрос во многом определяет выбор бизнес-модели (B2B, B2C и др.), которая будет использована при реализации проекта.

B2C - наиболее понятная пользователям сети Интернет бизнес-модель: компании (юридическое лицо или частный предприниматель) продают товары или оказывают услуги физическим лицам. К этой категории бизнеса относятся Интернет - магазины, платные сервисы для физических лиц, компании, продающие консалтинговые и информационные услуги.

1. Разработайте структуру B2C-компании, деятельность которой заключается в продаже товаров народного потребления. Используйте графические пакеты или пакеты презентационной графики для представления структуры и предполагаемых бизнес-процессов.

2. Опишите все элементы, составляющие структуру 82C-компании, взяв за основу деятельность Интернет-магазина.

Например, книжный магазин «Озон» должен иметь:

- интерактивный Web-сайт как элемент структуры B2C-компании, который выполняет функции front-офиса и обеспечивает размещении информации о выполняемых консультационных услугах, прайс-листы и тематические каталоги.

Сайт располагает возможностью оформить on-line заказ и отслеживать стадии его выполнения;

• службу доставки товара;

• службу маркетинга;

• отдел работы с поставщиками.

3. Определите модель получения доходов при успешной деятельности компании в сети Интернет.

Задание 2. Модель B2B - бизнес ДЛЯ бизнеса

Модель B2B является еще одной (вместе с B2C) основной моделью сетевого бизнеса. Она объединяет компании, работающие на межкорпоративном рынке, где одни юридические лица оказывают услуги и/или продают товары другим юридическим лицам. К этой категории относятся Интернет-биржи, компании - производители и продавцы оборудования, сырья, товаров и услуг, необходимых другим компаниям для осуществления их предпринимательской деятельности.

В настоящее время значительная часть мирового оборота B2B рынка делается торговыми площадками. В России тоже появились свои отраслевые электронные биржи: MetelsRussia.com (металлы), ChemForum (фармацевтика), eMatrix (компьютерная техника), ZernoOnline (зерно, сахар, подсолнечник), Faktura (универсальная Интернет-биржа), eMetex (трубы и комплектующие), Depo.ru (компьютерная техника).

1. Разработайте структуру B2B-компании, используя графические пакеты или пакеты презентационной графики. При выполнении задания можете ориентироваться на конкретный бизнес, наиболее понятный для вас.

2. Опишите все элементы, составляющие структуру B2B-компании.

3. Определите модель получения доходов при успешной деятельности компании в сети Интернет.

Задание 3. Исследовать сайты Интернет-магазинов по направлениям.

Результаты представить в таблицах:

1. Проанализировать сайты Интернет-магазинов по следующим показателям:

Таблица 1

Разделы (+, -)	Интернет-магазин 1	Интернет-магазин 2	Интернет-магазин 3
Наименование направления			
Справочно-обучающая система			
База данных товаров			
Информация о фирме, ее реквизиты			
Покупательская корзина			
Форма расширенного поиска			
Форма оформления заказа и оплаты			
Форма обратной связи со службой поддержки			
Статьи и аналитические обзоры данного рынка			
Гостевая книга			
Форма задания и изменения регистрационных данных			
Карта сайта			
Оценка контента сайта (0 – 10 баллов)			

1. Провести анализ предлагаемых услуг Интернет-магазинами. Результаты представить в таблице:

Таблица 2 Способы оплаты

Интернет-магазин / Наименование направления	1	2	3
Оплата наличными курьеру			
Оплата и получение заказанного товара в магазине			
Наложенный платеж			
Оплата банковским переводом			
Оплата при помощи пластиковой карты			

Оплата с использованием электронных денег			

Таблица 3 Способы доставки

Интернет-магазин / Наименование направления	1	2	3
Доставка курьером			
Оплата и получение заказанного товара в магазине			
Доставка почтой			
Другой способ доставки			

Сделать вывод об информационном наполнении, оказываемых услугах на сайте фронт-офиса Интернет-магазина.

Задание 4.

1. Исследовать рынок современных электронных платежных систем.
2. Определить, кто является пользователями платежных систем.
3. Определить, сто является создателями платежных систем и инфраструктуры.
4. Изучить технологию проведения платежей с использованием банковских пластиковых карт.
5. Изучить технологию проведения платежей с использованием цифровой наличности (электронных денег).
6. Провести анализ современных платежных систем и эффективности их применения. Результаты представить в таблице.

Признак	ЭПС с использованием карт		Системы с использованием электронных денег
	Дебетовые системы	Кредитные системы	
Принцип действия			
Участники интернет-системы			
Схема проведения платежей			
Механизмы поддержки проведения электронных платежей			
Инструменты обеспечения безопасности			
Достоинства			
Недостатки			

Задание 5.

1. Дать определение понятия бизнес-модели.

2. Определить особенности моделей электронного бизнеса.

3. Дать характеристику моделей электронного бизнеса (например, следующих видов: брокерская модель, рекламная модель, модель информационного посредничества, торговая модель, модель производителя).

4. Провести сравнительный анализ по выделенным характеристикам и написать свое заключение по данному анализу с позиций привлекательности, конкурентоспособности и перспектив развития.

Задание 6. Соотношение традиционного и электронного видов бизнеса

Одним из наиболее важных факторов, определяющих маркетинговую стратегию компании в сети Интернет, является соотношение традиционного и электронного видов бизнеса. Различное соотношение традиционного и электронного видов бизнеса предполагает разные требования к людям, системам, ресурсам и клиентам. При отсутствии адекватных инструментов измерения результатов перечисленных факторов невозможно достичь стратегических целей предприятия.

1. Найдите и приведите примеры пяти компаний с различным соотношением традиционного и электронного видов бизнеса и опишите задачи, объем и структуру их присутствия в сети Интернет.

2. Определите, к какой группе компаний (традиционные, смешанные или полностью электронные) относятся данные компании.

3. Опишите подробно некоторые из элементов их сайтов (главную страницу, объем и структуру информации, основные задачи сайта, каталог товаров (если есть), систему формирования.

4. Дайте определение электронного маркетинга.

Задание 7. Сеть Интернет как канал маркетинговых коммуникаций

Комплекс маркетинговых коммуникаций в сети Интернет, как и традиционных коммуникаций, состоит из следующих элементов: рекламы, стимулирования сбыта, прямого маркетинга и связей с общественностью. Использование сети Интернет придает специфические черты этим элементам комплекса продвижения, причем каждый контакт между потребителем и компанией может быть индивидуализирован и персонифицирован.

Важная характеристика сети Интернет — интерактивность.

1. Изучите несколько сайтов известных вам компаний. Перечислите все виды маркетинговых коммуникаций, которые отражены на сайтах.

2. Предлагают ли они дополнительные преимущества по сравнению с традиционными коммуникациями off-line?

Задание 8. Разработка анкет для проведения e-mail-опросов

Торговая компания смешанного типа, имеющая традиционный и Интернет-магазин по продаже товаров длительного пользования: стиральные машины, электрические и газовые плиты, телевизоры, мелкую бытовую технику, намеревается провести e-mail опрос. Для этих целей отдел обслуживания клиентов собирает базу данных с указанием электронной почты покупателей, которые приобрели бытовую технику традиционным способом и по сети Интернет. На основании полученных

данных маркетологи компании собираются разработать несколько опросных листов, которые будут размещены в сети Интернет. Покупателям компании будут разосланы сообщения на их электронные адреса с приглашением к участию в опросе. Цель опроса: выяснение мнения респондентов о качестве купленной бытовой техники.

1. Разработать анкету - набор последовательных вопросов для выяснения мнения о качестве техники. Например: Какие факторы вы считаете наиболее важными при выборе стиральной машины (отметьте 2-3 фактора):

- скорость вращения барабана;
- размер;
- возможность программирования;
- объем бака;
- цена;
- вид загрузки (верхний/фронтальный);
- возможность «деликатной» стирки;
- другое. Укажите, что именно.

2. Разработать вопросы для получения демографической и социоэкономической информации о респонденте.

Задание 9. Правовые проблемы в международной торговле

При заключении сделки международной купли-продажи через сеть Интернет возникает вопрос, правовые нормы какого государства должны соблюдаться.

1. Какие законы и нормативные документы, принятые на территории Российской Федерации, регламентируют совершение сделки в сети Интернет?

2. Какие законы и нормативные документы, принятые на территории США, регламентируют совершение сделки в сети Интернет?

3. В чем заключаются особенности использования электронной цифровой подписи и каковы технические средства реализации этой операции?

Задание 10. Сеть Интернет как канал распределения

Роль сети Интернет как ресурса для развития канала распределения должна определяться стратегией компании или организации. На основании принятых решений Интернет может быть использован в качестве дополнения к существующим каналам распределения для координации информационных потоков в них, либо Интернет становится частью канала, а порой и заменяет собой канал распределения.

В традиционной структуре канала распределения посредники разбивали крупные партии товара, поступающие от производителя, и продавали их частями, обеспечивая хранение, перевозку, составление определенного ассортимента, систему заказа, оплаты и другие функции. Электронный бизнес изменил эту традиционную структуру канала. Производитель получил возможность напрямую связываться с потребителем, учитывать его индивидуальные потребности, поэтому ему стал не нужен целый ряд прежних функций канала распределения.

Компания Dozor.ru занимается продажей книг через Интернет в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Компания решила выйти и на рынок Москвы. В настоящее время у компании есть склад в Петербурге и распределительный центр

там же, на который свозятся все заказанные книги, комплектуются заказы и отправляются покупателям. Компания планирует в связи с выходом на московский рынок открыть еще один склад — в Москве, но сохранить прежнее местоположение распределительного центра. Все перевозки планируется осуществлять, используя имеющиеся у компании два фургона.

1. Оцените планы компании с точки зрения логистики канала распределения. С какими трудностями может столкнуться компания при такой организации канала? На какое время доставки дополнительные услуги может предложить Dozor.ru своим клиентам?

2. Сравните свои предложения с реальной ситуацией на рынке, изучив несколько сайтов Интернет-магазинов, торгующих книгами.

14.3. Краткий терминологический словарь

1. **Аутентификация** (Authentication) - установление подлинности. Процесс идентификации участвующей в соединении стороны.
2. **Авторизация** (Authorization) - разрешение на доступ к ресурсам или службам.
3. **Авторизация пластиковой карты** - установление платежеспособности карты. В результате процесса авторизации эмитент карты дает разрешение на совершение транзакции (платежа). Этот процесс подтверждает, что ограничения по сумме платежа для данной карты не превышены и резервирует указанную сумму
4. **База данных** (Database) - организованный массив структурированных данных.
5. **Баннер** (Banner) - рекламный графический блок связанный гиперссылкой с сайтом рекламодателя.
6. **Браузер** (Browser, World Wide Web Browser) - программа, которая позволяет пользователю читать гипертекстовые документы. Браузер дает возможность просматривать содержание узлов сети (или "страниц") и перемещаться от одного узла к другому.
7. **Браундмауэр** - осуществляет контроль за доступок к локальной сети, анализируя содержимое поступающих извне информационных пакетов.
8. **Венчурный ("рисковый") капитал** (Venture capital) - капитал, вкладываемый в проекты с повышенным уровнем риска.
9. **Венчурный капиталист** (Venture capitalist) - специализированная фирма (или физическое лицо), занимающаяся капиталовложениями с повышенным уровнем риска.
10. **Виртуальный банк** (Virtual bank) - банк, работающий с клиентами исключительно через интернет, и в отличие от традиционных банков не располагающий филиальной сетью.
11. **Гиперссылка** (Hyperlink) - текст в документе HTML, который обозначает ссылку на другую информацию в сети. В тексте гиперссылки обычно выделяются подчеркиванием.
12. **Гипертекст** (Hypertext) - набор интернет-страниц, содержащих перекрестные ссылки, которые позволяют читателю с помощью программы-браузера перемещаться от одного документа к другому.

13. **Доменное имя** (Domain Name) - адрес в интернете, который выдается через службу InterNIC, занимающуюся регистрацией адресов.
14. **Интернет** (Internet) - всемирная сеть сетей, обеспечивающая связь для пересылки сообщений электронной почты, передачи файлов, соединения с другими компьютерами и получения доступа к информации, существующей в самых различных формах.
15. **Интернет-банк** (Internet bank) - банк, предоставляющий услуги интернет-банкинга. Интернет-банком может являться как традиционный банк, обслуживающий клиентов в том числе и через интернет, так и виртуальный банк.
16. **Интернет-банкинг** (Internet banking) - вид удаленного (дистанционного) банковского обслуживания использующего возможности интернета.
17. **Интернет-брокер** (Internet broker) - брокерская (инвестиционная) компания, предлагающая услуги интернет-трейдинга.
18. **Интернет-провайдер** (ISP, Internet Service Provider) - компания или организация, предоставлюящая пользователям доступ к интернету.
19. **Интернет-трейдинг** (Internet trading) - удаленный доступ к торговым (инвестиционным) счетам посредством интернета с возможностью совершения операций по покупке/продаже акций и других фондовых ценностей.
20. **Интранет** (Intranet) - частная сеть, соединяемая в единое целое с использованием технологии TCP/IP и как правило подключаемая к внешним сетям, в том числе к Интернет, через средство защиты от несанкционированного доступа "файервол".
21. **Киберпространство** (Cyberspace) - совокупность информационных ресурсов, доступных посредством глобальной компьютерной сети интернет.
22. **Клик** (Click) - нажатие на рекламный баннер или текстовую ссылку (щелчок клавишей мыши).
23. **Локальная вычислительная сеть** (Local area network) - сеть, соединяющая компьютеры, находящиеся на расстоянии до 1000 метров друг от друга.
24. **Мобильный банкинг** (Mobile banking, m-banking) - управление банковским счетом посредством сотового телефона или портативного компьютера (Personal Digital Assistant) с использованием технологии беспроводного доступа (Wireless Application Protocol).
25. **Мобильный трейдинг** (Mobile trading, m-trading) - управление инвестиционным счетом посредством сотового телефона или портативного компьютера (Personal Digital Assistant) с использованием технологии беспроводного доступа (Wireless Application Protocol).
26. **Онлайн-банкинг** (Online banking) - удаленное управление банковскими счетами посредством телефона (телебанкинг), персонального компьютера и Интернета (интернет-банкинг) или портативных устройств (мобильный банкинг).
27. **Онлайн-трейдинг** (Online trading/brokerage) - удаленное управление торговыми (инвестиционными) счетами посредством персонального компьютера и Интернета(интернет-трейдинг) или портативных устройств (мобильный трейдинг).
28. **Пакет** (Packet) - данные, сгруппированные для передачи по информационной сети. Состоят обычно из служебной информации, информации о передаваемых данных и самих данных.

29. **Партнерская программа** (Affiliate program) - форма сотрудничества рекламодателя и владельца сайта. Владелец сайта размещает рекламу товаров, услуг или ссылку на виртуальный магазин, и рекламодатель платит платит комиссионные за каждую покупку посетителя, пришедшего по ссылке.
30. **Партнеры** (Affiliates) - владельцы сайтов-участников партнерской программы рекламодателя.
31. **Прокси-сервер** (Proxy Server) - сервер, выступающий посредником между компьютерами-клиентами и серверами. Перед передачей данных пользователю, проверяет имеет ли тот права доступа к этой информации.
32. **Протокол** (Protocol) - набор правил, определяющий все, что связано с работой сети.
33. **Сервер** (Server) - компьютер (или программа), которая оказывает некоторые услуги клиентам - другим компьютерам (программам).
34. **Сертификационный центр** (Certificate Authority) - компания или организация, занимающаяся хранением цифровых сертификатов. Принимает на хранение открытый ключ от пользователя, проверив его личность. После этого, другие пользователи могут обращаться в сертификационный центр для подтверждения подлинности открытого ключа этого пользователя.
35. **Смарт-карта** (Smart card) - пластиковая карта со встроенным микрочипом. Деньги владельца смарт карты хранятся не на банковском счету, а в электронном виде непосредственно на чипе смарт-карты.
36. **Телебанкинг** (Telebanking) - удаленный доступ к банковским счетам посредством телефона.
37. **Цифровая подпись** (Digital signature) - цифровой код, служащий идентификатором отправителя электронного сообщения. При подписании электронных документов подтверждает согласие его обладателя на совершение финансовой операции и имеет юридическую силу собственноручной подписи.
38. **Цифровой бумажник** (Digital wallet) - программное обеспечение, позволяющее клиенту безопасно производить расчеты через Интернет.
39. **Цифровой сертификат** (Digital Certificate) - электронный документ, выданный сертификационным центром. Используется для идентификации компании или пользователя путем проверки ее открытого ключа.
40. **Цифровые деньги** (Digital Cash) - электронный аналог наличных денег.
41. **Шифрование** (Encryption) - засекречивание данных путем выполнения серии математических или логических преобразований. Зашифрованное сообщение возможно преобразовать в исходный вид только при наличии секретного ключа.
42. **Шлюз** (Gateway) - программа, предназначенная для соединения двух сетей, использующих разные протоколы, благодаря чему между ними становится возможен обмен данными.
43. **Электронная коммерция** (E-commerce) - любые формы деловой сделки, которая проводится с помощью информационных сетей. Принято выделять четыре основных направления электронной коммерции:

бизнес - бизнес (business-to-business, B2B);
бизнес - потребитель (business-to-consumer, B2C);
бизнес - администрация (business-to-administration, B2A);
потребитель - администрация (consumer-to-administration, C2A).

44. **Электронный бизнес** (E-business) - преобразование основных бизнес-процессов при помощи Интернет технологий. Е-бизнесом называется деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью создания прибыли. Внутренняя организация компании на базе единой информационной сети (интранет), повышающей эффективность взаимодействия сотрудников и оптимизирующей процессы планирования и управления; внешнее взаимодействие (экстранет) с партнерами, поставщиками и клиентами - все это составные части е-бизнеса.
45. **Электронный биллинг** (E-billing) - механизм взаимных расчетов между банком и клиентом, позволяющий получать выставленные и отправлять оплаченные счета за оказанные услуги в режиме реального времени.
46. **Электронный кошелек** (Electronic purses) - смарт-карта, на микрочипе которой хранится в цифровом виде наличность, которую можно использовать для покупки разнообразных товаров и услуг.
47. **Электронный обмен деловыми документами** (EDI, Electronic Data Interchange) - электронный обмен деловыми документами (заказы на покупку, счета и т. д.), между различными компьютерными программами в единой стандартизированной форме.
48. **Электронное правительство** (E-goverment) - преобразование всех уровней государственного управления, от межведомственного взаимодействия до взаимодействия государства и граждан, на основе новых информационных технологий.

15. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации обучающихся с ОВЗ с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента, а так же, сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий.

Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность,

наличие иллюстрационных материалов и т.д.)

С учетом состояния здоровья просмотр кинофильма с последующим анализом может быть проведен дома (например, при необходимости дополни-тельной звукоусиливающей аппаратуры (наушники)). В таком случае студент предоставляет письменный анализ, соответствующий предъявляемым требованиям.

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на зачете может быть увеличено.

Для **лиц с нарушением зрения** допускается аудиальное предоставление информации (например, с использованием программ-синтезаторов речи), а так же использование на лекциях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь.

Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в уст-ной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания). При необходимости анализа фильма может быть заменен описанием ситуации межэтнического взаимодействия (на основе опыта респондента, художественной литера-туры и т.д.), позволяющим оценить степень сформированности навыков владения методами анализа и выявления специфики функционирования и развития психики, позволяющими учитывать влияние этнических факторов. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции.

При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание.

Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура зачета может быть реализована дистанционно.

Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры зачета. В таком случае за-чет сдается в виде собеседования по вопросам (см. формы проведения промежуточной аттестации для лиц с нарушениями зрения). Вопрос и практическое задание выбираются самим преподавателем.

Примечание: Фонды оценочных средств, включающие типовые задания и методы оценки, критерии оценивания, позволяющие оценить результаты освоения данной дисциплины обучающимися с ОВЗ могут входить в состав РПД на правах отдельного документа.

Программу составила:

К.В. Найденкова, доцент отделения социально-экономических наук, кандидат экономических наук

Рецензенты:

Т.Е. Тимашкова, доцент отделения социально-экономических наук, кандидат экономических наук

М.В. Якунина, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой экономики, Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского