

**МИНОБНАУКИ РОССИИ**  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г. ШУХОВА»**  
(БГТУ им. В.Г. Шухова)



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**дисциплины**

**Электронный бизнес**

направление подготовки

09.03.03 Прикладная информатика

профиль программы

Прикладная информатика в бизнесе

квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная

**Институт:** Информационных технологий и управляющих систем

**Кафедра:** Информационных технологий

Белгород – 2015

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации. от 12 марта 2015 г. N 207
- плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова, введенного в действие в 2015 году.

Составитель: канд. тех. наук, доц.  (И.А. Кочеткова)

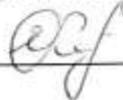
Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры информационных технологий

«15» 04 2015 г., протокол № 5

Зав. кафедрой: канд.техн. наук, доц.  (И.В. Иванов)

Рабочая программа одобрена методической комиссией института ИТУС

«23» 04 2015 г., протокол № 9/12

Председатель: канд.техн. наук, доц.  (Ю.И. Солопов)

# 1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции			Требования к результатам обучения
№	Код компетенции	Компетенция	
<b>Профессиональные</b>			
1	ПК-13	способность осуществлять установку и настройку параметров программного обеспечения информационных систем	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– инструментальные средства для автоматизации процессов электронного бизнеса;</li> <li>– ключевые показатели эффективности электронного бизнеса;</li> <li>– основные понятия безопасности электронного бизнеса;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать системы сбора и анализа данных посещаемости веб-ресурсов;</li> <li>– применять Интернет-технологии для эффективного маркетинга и рекламы;</li> <li>– использовать платёжные системы в электронном бизнесе;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области электронного бизнеса.</li> </ul>
2	ПК-14	способность осуществлять ведение базы данных и поддержку информационного обеспечения решения прикладных задач	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные термины и определения электронного бизнеса;</li> <li>– этапы развития электронного бизнеса;</li> <li>– принципы построения систем электронного бизнеса;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– разрабатывать план мероприятий по переводу бизнеса в онлайн пространство;</li> <li>– проводить оценку эффективности системы электронного бизнеса;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками составления бизнес-плана по коммерциализации бизнес-идей.</li> </ul>

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Содержание дисциплины основывается и является логическим продолжением следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины (модуля)
1	Информационные системы и технологии (все разделы)
2	Менеджмент (все разделы)
3	Основы предпринимательской деятельности и бизнеса (все разделы)

Содержание дисциплины служит основой для изучения следующих дисциплин:

№	Наименование дисциплины (модуля)
1	Государственная итоговая аттестация

## 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. единиц, 180 часа.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 7
Общая трудоемкость дисциплины, час	180	180
<b>Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:</b>	68	68
лекции	17	17
лабораторные	34	34
практические	17	17
<b>Самостоятельная работа студентов, в том числе:</b>	112	112
Курсовой проект		
Курсовая работа		
Расчетно-графическое задания	18	18
Индивидуальное домашнее задание		
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>	58	58
Форма промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	36	Экзамен 36

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**4.1 Наименование тем, их содержание и объем**  
**Курс 4 Семестр 7**

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
<b>1. Концепция электронного бизнеса. Электронная коммерция</b>					
1	Хронология развития электронного бизнеса в мире и России. Расшифровка термина "электронный бизнес". Классы промышленных систем электронного бизнеса. Электронный бизнес и электронная коммерция: отличия. Субъекты электронного бизнеса. Формы электронной коммерции. Стандарты электронного бизнеса. Критерии для оценки эффективности интернет-бизнеса.	3			1
<b>2. Интернет-маркетинг</b>					
2	Определения. Отличия интернет-маркетинга от классического (offline) маркетинга. Маркетинг-микс. Модели маркетинг-микс (4Р, 7Р, 4С, 7С). Структура интернет-маркетинга. Каналы и соответствующие им инструменты привлечения аудитории на сайт. Процессы в рамках интернет-маркетинга.	3		4	5
<b>3. Целевая аудитория в интернет-маркетинге</b>					
3	Расшифровка термина "целевая аудитория". Значимость выявления целевой аудитории. Ядро целевой аудитории, классификация. Типы целевой аудитории. Сегментация целевой аудитории. Методики, модели и стратегии определения целевой аудитории. Источники информации для выявления и описания целевой аудитории. Особенности каналов привлечения целевой аудитории. Affinity Index для определения соответствия выбранного рекламного канала по отношению к целевой аудитории. Бесплатные методы привлечения клиентов.	2		4	5
<b>4. Конкурентный анализ в e-marketing</b>					
4	Понятие конкурентного анализа. Классические методы конкурентного анализа. Возможности конкурентного анализа. Периоды конкурентного анализа с точки зрения жизненного цикла веб-ресурсов. Схема маркетинговой коммуникации конкурента. Общий алгоритм выявления конкурентов. Способы автоматизации выявления конкурентов в интернет-среде.			4	4
<b>5. Процесс лидогенерации в интернет-маркетинге</b>					
5	Отличия между процесса трафикогенерации, лидогенерации и клиентогенерации. Задача по конвертации представителя целевой аудитории в клиента на основе воронки продаж. Расшифровка терминов "лид", "интерес пользователя", "лидогенерация", "лид-менеджмент". Схема работы лид-менеджера. Воронка лидов. Зрелость лида. Возвращение потребности. Правила лидогенерации. Обязательные метрики для контроля лидогенерации. Сценарий для увеличения лидов. Автоматизация процесса лидогенерации (CRM-системы, CPA-сети, платформы для лидогенерации, трекинг лидов).	2			1

<b>6. Виды интернет-рекламы</b>					
6	<p>Термины таргетинг, ретаргетинг, таргетированная реклама. Формирование целевой аудитории при запуске таргетированной рекламы. Сервисы сбора баз потенциальных клиентов. Ценообразование в таргетированной рекламе. Основные шаги при запуске таргетированной рекламы. Ошибки при настройке таргетированной рекламы. Рекламные возможности социальной сети ВКонтакте.</p> <p>Поисковая и тематическая контекстная реклама. Технологии показа тематической рекламы. Системы размещения контекстной рекламы. Рекламные партнерские сети.</p> <p>Структура и блоки контекстных объявлений. Основные характеристики контекстной рекламы. Мероприятия по запуску и мониторингу контекстной рекламы. Оптимизация ставок на контекстную рекламу.</p> <p>Продвижение бренда в мессенджерах.</p>			12	12
<b>7. Использование стандартов в индустрии интернет-маркетинга</b>					
7	<p>Профессии в сфере интернет-маркетинга. Структурирование и стандартизация профессий в интернет-индустрии. Понятие о профессиональных стандартах. Профессиональный стандарт "Специалист по интернет-маркетингу".</p> <p>Специализации в интернет-маркетинге (менеджер интернет-проекта, копирайтер, рерайтер, контент-маркетолог, таргетолог, CPA-специалист, SMM-менеджер, крауд-менеджер, SEO-специалист, интернет-маркетолог по проведению ICO.</p>	3			1
<b>8. Тренды в сфере электронного бизнеса</b>					
8	<p>Развитие рекламных механизмов социальных платформ. SMM-тренды. Общие тренды в сфере интернет-маркетинга: растущие расходы на мобильную рекламу, Big Data в электронной коммерции и рекламе, маркетинг ICO-проектов, Agile-маркетинг, нейромаркетинг.</p>	2		4	5
<b>9. Цифровая экономика. Платежные системы на основе криптоалгоритмов</b>					
9	<p>Понятие о криптовалютах и их отличия от классических валют. Виды криптовалют. Криптографические протоколы электронных платежей. Умные контракты.</p> <p>Технология блокчейн и ее особенности. Дерево Меркла.</p> <p>Перспективы использования криптовалют в бизнесе.</p> <p>Законодательное регулирование обращения криптовалют.</p>	2			1
<b>10. Коммерциализация бизнес-идей</b>					
10	<p>Генерация бизнес-идей. Практика дизайн-мышления.</p> <p>Подходы к созданию инновационных продуктов в традиционных компаниях.</p> <p>Бизнес-планирование. Привлечение инвестиций: стартапы, гранты, краудфандинг. Контент-маркетинг для стартапа по привлечению первых клиентов и оптимизации расходов.</p> <p>Представление бизнес-проектов.</p>		17	6	23
	<b>ВСЕГО</b>	17	17	34	58

## 4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	К-во часов	К-во часов СРС
семестр № 7				
1	Коммерциализация бизнес-идей	Генерация бизнес-идей на основе практики дизайн-мышления	4	4
		Создание бизнес-плана по коммерциализации проекта	5	5
		Составление плана по привлечению инвестиций для бизнес-проекта	4	4
		Подготовка презентации бизнес-проекта	4	4
ИТОГО:			17	17
ВСЕГО:				34

## 4.3. Содержание лабораторных занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема лабораторного занятия	К-во часов	К-во часов СРС
семестр № 7				
1	Интернет-маркетинг. Коммерциализация бизнес-идей	Генерация бизнес-идей для продвижения в цифровой среде	4	4
2	Интернет-маркетинг. Целевая аудитория в интернет-маркетинге. Конкурентный анализ в e-marketing.	Построение бренд-платформы для электронного бизнеса и электронной коммерции	4	4
3	Виды интернет-рекламы.	Таргетинг и таргетированная реклама	4	4
4	Конкурентный анализ в e-marketing. Виды интернет-рекламы.	Настройка контекстной рекламы	4	4
5	Целевая аудитория в интернет-маркетинге.	Бесплатные методы привлечения клиентов	4	4
6	Виды интернет-рекламы. Коммерциализация бизнес-идей	Продвижение в мессенджерах	4	4
7	Тренды в сфере электронного бизнеса	Трендовые рекламные технологии электронного бизнеса	4	4
8	Тренды в сфере электронного бизнеса.	Big Data в электронном бизнесе и электронной коммерции	6	6
ИТОГО:			34	34
ВСЕГО:				68

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий)

#### Экзаменационные вопросы

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	Концепция электронного бизнеса. Электронная коммерция	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. История развития электронного бизнеса. Современное понятие об электронном бизнесе.</li> <li>2. Классы промышленных систем электронного бизнеса.</li> <li>3. Электронная коммерция: понятие и основные составляющие. Формы электронной коммерции.</li> <li>4. Критерии для оценки эффективности интернет-бизнеса.</li> </ol>
2	Интернет-маркетинг	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Термин «интернет-маркетинг». Отличия классического и интернет-маркетинга с точки зрения моделей «маркетинг-микс».</li> <li>6. Структура интернет-маркетинга.</li> <li>7. Каналы и соответствующие им инструменты привлечения аудитории на веб-ресурсы. Процессы в рамках интернет-маркетинга.</li> </ol>
3	Целевая аудитория в интернет-маркетинге	<ol style="list-style-type: none"> <li>8. Целевая аудитория: определение и обоснование необходимости ее выявления. Ядро целевой аудитории. Типы целевых аудиторий.</li> <li>9. Процесс сегментации целевой аудитории. Характеристики для описания ЦА.</li> <li>10. Методики, модели и стратегии определения целевой аудитории.</li> <li>11. Каналы и способы получения информации для выявления и описания целевой аудитории. Affinity Index.</li> </ol>
4	Конкурентный анализ в e-marketing	<ol style="list-style-type: none"> <li>12. Методы классического конкурентного анализа.</li> <li>13. Конкурентный анализ в e-marketing и его возможности. Периоды конкурентного анализа. Анализ конкурентов в интернет-среде на основе схемы маркетинговой коммуникации.</li> <li>14. Выявление конкурентов с помощью веб-сервисов.</li> </ol>
5	Процесс лидогенерации в интернет-маркетинге	<ol style="list-style-type: none"> <li>15. Процесс лидогенерации: основные термины и схема работы лид-менеджера.</li> <li>16. Процесс лидогенерации: воронка лидов, зрелость лида.</li> <li>17. Правила лидогенерации и метрики для ее контроля. Автоматизация процесса лидогенерации.</li> </ol>
6	Виды интернет-рекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>18. Экосистема российского рекламного рынка.</li> <li>19. Виды интернет-рекламы и принципы ценообразования на нее. Рекламные возможности социальной сети ВКонтакте.</li> <li>20. Таргетинг и ретаргетинг. Таргетированная реклама, основные шаги по ее запуску.</li> <li>21. Таргетированная реклама: факторы, влияющие на получение оптимальной рекомендуемой цены за переходы</li> </ol>

		<p>или показы объявлений. Типичные ошибки при работе с таргетированной рекламой.</p> <p>22. Поисковая и тематическая контекстная реклама. Популярные контекстные системы. Характеристики контекстной рекламы.</p> <p>23. Шаги по запуску и мониторингу контекстной рекламной кампании.</p> <p>24. Основные ошибки при настройке контекстной рекламы и способы их выявления.</p> <p>25. Работа в Яндекс.Директ.</p> <p>26. Сервисы для управления и автоматизации размещения контекстной рекламы.</p> <p>27. Риски, связанные с платными видами рекламы. Бесплатные методы привлечения клиентов.</p>
7	Использование стандартов в индустрии интернет-маркетинга	<p>28. Структурирование и стандартизация профессий в интернет-индустрии. Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу».</p> <p>29. Специализации в интернет-маркетинге.</p>
8	Тренды в сфере электронного бизнеса	<p>30. Тренды в интернет-маркетинге: SMM-тренды.</p> <p>31. Общие тренды в сфере интернет-маркетинга.</p>
9	Цифровая экономика. Платежные системы на основе криптоалгоритмов	<p>32. Цифровая экономика. Криптовалюты: определение и разновидности. Правовые вопросы использования криптовалют.</p> <p>33. Понятие пиринговой платежной системы. Система Bitcoin.</p> <p>34. Технология Blockchain и ее особенности. Дерево Меркла. Области применения Blockchain.</p>
10	Коммерциализация бизнес-идей	<p>35. Механизмы привлечения инвестиций в бизнес-проект.</p> <p>36. Принципы и этапы построения бизнес-плана.</p>

## **5.2. Перечень тем курсовых проектов, курсовых работ, их краткое содержание и объем.**

*Не предусмотрено*

## **5.3. Перечень индивидуальных домашних заданий, расчетно-графических заданий.**

В рамках изучения дисциплины "Электронный бизнес" предусмотрено выполнение одного расчетно-графического задания.

В рамках РГЗ требуется разработать бизнес-часть по тематике дипломного проекта в форме (на выбор):

- бизнес-план стартапа, имеющего коммерческую ценность;
- маркетинговый план по продвижению коммерческого проекта;
- экономический профиль проекта;
- финансовый модуль, предполагающий (в зависимости от профиля и предметной области дипломного проекта) интеграцию с платежными системами, прикладными типовыми решениями по ведению хозяйственной деятельности ( типовые конфигурации 1С по различным сферам), элементы экономического прогнозирования, автоматизацию составления финансовой отчетности.

## 5.4. Перечень контрольных работ.

*Не предусмотрено*

## 6. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

### 6.1. Перечень основной литературы

1. Инжиниринг предприятия и управление бизнес-процессами. Методология и технология / Тельнов Ю.Ф. учебное пособие для студентов магистратуры  
Москва : ЮНИТИ-ДАНА 2015 <http://www.iprbookshop.ru/34456>
2. Васильев А., Забегалин Д. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете  
Учебное пособие Москва : ЮНИТИ-ДАНА 2008
3. Юденков Ю. Н. Интернет-технологии в банковском бизнесе: перспективы и риски  
Учебное пособие Москва : КНОРУС 2010
4. Абдикеева Н. М., Китова О. В. Корпоративные информационные системы управления Учебное пособие Москва : ИНФРА-М 2014

### 6.2. Перечень дополнительной литературы

1. Международный бизнес в области информационных технологий / Абрамова А. В. Учебн. пособие Москва : Аспект Пресс 2010  
<http://www.iprbookshop.ru/8890>
2. Язык информационных технологий и бизнеса / Руженцева Т. С. Учебн. пособие Москва : Евразийский открытый институт 2010  
<http://www.iprbookshop.ru/11144>
3. Брагина Л. А. Электронная коммерция Учебное пособие Москва : Экономика 2005
4. Гриненко Г. П. Информатизация общества и бизнеса в условиях глобализации : монография Учебное пособие Белгород : Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова 2013
5. Попов В. М., Маршавин Р. А., Ляпунов С. И. Глобальный бизнес и информационные технологии. Современная практика и рекомендации  
Учебное пособие Москва : Финансы и статистика 2001
6. Тронин Ю. Н. Информационные системы и технологии в бизнесе  
Учебное пособие Москва : Альфа-Пресс 2005
7. Данько Т. П., Завьялова Н. Б., Сагинова О. В. Электронный маркетинг  
Учебное пособие Москва : ИНФРА-М 2003
8. Абдикеев Н. М., Данько Т. П. Реинжиниринг бизнес-процессов Учебное пособие Москва : ЭКСМО 2007
9. Принцип электронного бизнеса. О фантазерах, мистиках и реалистах. Идея и способ функционирования новой экономики / IBM CONSULTING GROUP  
Учебное пособие Москва : Открытые системы 2001

### **6.3. Перечень интернет ресурсов**

1. Гаврилов Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса: Учебное пособие. Москва: СОЛОН-ПРЕСС, 2009. - 592 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118188&sr=1>
2. Баин А.М. Автоматизированные информационные системы электронных бизнес-отношений: Электронный ресурс. Москва: Финансы и статистика, 2009. -208с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=122405&sr=1>

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

Microsoft Visual Studio 2013

Комплект виртуальных тренажеров

VeralTest

Интернет-инструменты автоматизации процессов в рамках ведения электронного бизнеса, доступные через браузер Google Chrome.

Компьютерные классы, оснащенные следующим оборудованием: компьютеры на базе одно или двухядерных процессоров с тактовой частотой не менее 2 ГГц, объемом оперативной памяти не менее 2 Гб и жесткого диска до 500 Гб; локальная сеть с пропускной способностью 100 Мбит/с; лазерные принтеры или multifunctional устройства форматов А4, А3; планшетные сканеры (при отсутствии МФУ); проекционное оборудование.

Мобильные или стационарные проекционные комплексы, для проведения лекционных занятий в необорудованных аудиториях в составе: ноутбук на базе одно или двухядерного процессора с тактовой частотой не менее 1,5 ГГц; цифровой проектор; переносной экран.

## 8. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Утверждение рабочей программы с изменениями, дополнениями

1. На титульном листе рабочей программы читать название «Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования» как «Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования»
2. Институт информационных технологий и управляющих систем был переименован 30.04.2016 г. в институт Энергетики, информационных технологий и управляющих систем на основании приказа № 4/52 от 29.02.2016 г.

Рабочая программа с изменениями, дополнениями утверждена на 2016/2017 учебный год.

Протокол № 7 заседания кафедры ИТ от «15» 06 2016 г.

Заведующий кафедрой: канд.техн. наук, доц.  (Н.В. Иванов)

Директор института ЭИТУС: канд.техн. наук, доц.  (А.В. Белоусов)

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений и дополнений утверждена на 20<sup>17</sup>/20<sup>18</sup> учебный год.

Протокол № 12 заседания кафедры ИТ от «27» 06 2017 г.

Заведующий кафедрой: канд.техн. наук, доц.  (И.В. Иванов)

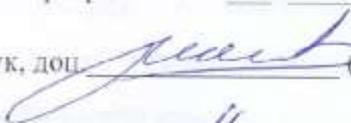
Директор института ЭИТУС: канд.техн. наук, доц.  (А.В. Белоусов)

Утверждение рабочей программы с изменениями, дополнениями

1. Изменения в п. 6

Рабочая программа с изменениями, дополнениями утверждена на 20<sup>18</sup>/20<sup>19</sup> учебный год.

Протокол № 6 заседания кафедры ИТ от «11» 04 20<sup>18</sup> г.

Заведующий кафедрой: канд.техн. наук, доц.  (И.В. Иванов)

Директор института ЭИТУС: канд.техн. наук, доц.  (А.В. Белоусов)

## 6. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

### 6.1. Перечень основной литературы

1. Электронный бизнес [Электронный ресурс] : Методические указания к выполнению лабораторных и практических работ по дисциплине "Электронный бизнес" для студентов, обучающихся по направлению подготовки 09.03.03 – Прикладная информатика / БГТУ им. В. Г. Шухова, каф. информ. технологий ; сост. М. А. Косоногова, О.В. Веретенников. - Электрон. текстовые дан. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2018. - 1 эл. опт. диск (DVD). - Загл. с титул. экрана. - (в конв.)
2. Электронный бизнес [Электронный ресурс] : Методические указания к выполнению расчетно-графических заданий по дисциплине "Электронный бизнес" для студентов, обучающихся по направлению подготовки 09.03.03 – Прикладная информатика / БГТУ им. В. Г. Шухова, каф. информ. технологий ; сост. М. А. Косоногова, И.А. Кочеткова. - Электрон. текстовые дан. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2018.
3. Инжиниринг предприятия и управление бизнес-процессами. Методология и технология / Тельнов Ю.Ф. : учебное пособие для студентов магистратуры. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34456>
4. Васильев А., Забегалин Д. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете : учебное пособие. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
5. Юденков Ю. Н. Интернет-технологии в банковском бизнесе: перспективы и риски : учебное пособие. Москва : КНОРУС, 2010.
6. Абдикеева Н. М., Китова О. В. Корпоративные информационные системы управления : учебное пособие. Москва : ИНФРА-М, 2014.

### 6.2. Перечень дополнительной литературы

1. Абрамова А. В. Международный бизнес в области информационных технологий / : учебное пособие. Москва : Аспект Пресс, 2010. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8890>
2. Руженцева Т. С. Язык информационных технологий и бизнеса / : учебное пособие. Москва : Евразийский открытый институт, 2010. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11144>
3. Брагина Л. А. Электронная коммерция : учебное пособие. Москва : Экономистъ, 2005.
4. Гриненко Г. П. Информатизация общества и бизнеса в условиях глобализации : монография : учебное пособие. Белгород : Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2013.
5. Попов В. М., Маршавин Р. А., Ляпунов С. И. Глобальный бизнес и информационные технологии. Современная практика и рекомендации : учебное пособие. Москва : Финансы и статистика, 2001.
6. Тронин Ю. Н. Информационные системы и технологии в бизнесе : учебное пособие. Москва : Альфа-Пресс, 2005.
7. Данько Т. П., Завьялова Н. Б., Сагинова О. В. Электронный маркетинг : учебное пособие. Москва : ИНФРА-М, 2003.
8. Абдикеев Н. М., Данько Т. П. Реинжиниринг бизнес-процессов : учебное пособие. Москва : ЭКСМО, 2007.
9. Принцип электронного бизнеса. О фантазерах, мистиках и реалистах. Идея и способ функционирования новой экономики / IBM CONSULTING GROUP : учебное пособие. Москва : Открытые системы , 2001.

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2019 /2020 учебный год.

Протокол № 9 заседания кафедры ИТ от «7» июня 2019 г.

И.о.зав. кафедрой ИТ: канд.техн. наук  (Д.Н. Старченко)

Директор института ЭИГУС: канд.техн. наук, доц.  (А.В. Белоусов)

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2020 /2021 учебный год.

Протокол № 6 заседания кафедры ИТ от «12» 05 2020 г.

И.о.зав. кафедрой ИТ: канд.техн. наук  (Д.Н. Старченко)

Директор института ЭИТУС: канд.техн. наук, доц.  (А.В. Белоусов)

Утверждение рабочей программы без изменений

Рабочая программа без изменений утверждена на 2021 /2022 учебный год.

Протокол № 6 заседания кафедры ИТ от «20» 04 2021 г.

И.о. зав. кафедрой ИТ канд.техн.наук  (Д.Н. Старченко)

Директор института ЭИТУС канд.техн.наук, доц.  (А.В. Белоусов)