

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

СОГЛАСОВАНО
Директор института

магистратуры



И.В. Ярмоленко

УТВЕРЖДАЮ

Директор института

экономики и менеджмента

Дорошенко Ю.А.

2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины

Стратегическое управление электронным бизнесом

направление подготовки:
38.04.05 Бизнес-информатика

профиль подготовки **38.04.05-01 Инновационное предпринимательство**

Квалификация

магистр

Форма обучения

очная

Институт: экономики и менеджмента

Кафедра: экономики и организации производства

Белгород – 2021

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) - магистратура по направлению подготовки 38.04.05 «Бизнес-информатика», утвержденного приказом Министерства образования Российской Федерации от «12» августа 2020 г. №990;
- плана учебного процесса БГТУ им. В.Г. Шухова по направлению подготовки 38.04.05 «Бизнес-информатика», введенного в действие в 2021 году.

Составитель: _____ к.э.н., доц.  (А.А. Рябов)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой
_____ экономики и организации производства

Заведующий кафедрой  (Селиверстов Ю.И.)

« 13 » 05 2021 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры
_____ экономики и организации производства

« 13 » 05 2021 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой д.э.н., профессор  (Ю.И. Селиверстов)

Рабочая программа одобрена методической комиссией института
_____ института экономики и менеджмента

« 18 » 05 2021 г., протокол № 9

Председатель к.э.н., доцент  (Л.И. Журавлева)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
ОПК-4. Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	ОПК-4.2. Управляет электронным бизнесом, разрабатывает стратегические решения	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приемов организации взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности. <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организации взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1. ОПК-4. Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами:

Стадия	Наименования дисциплины
1.	Бизнес-коммуникации
2.	Стратегическое управление электронным бизнесом

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зач. единиц, 252 часа

Дисциплина реализуется в рамках практической подготовки:

Форма промежуточной аттестации экзамен
(экзамен, дифференцированный зачет, зачет)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 3
Общая трудоемкость дисциплины, час	252	252
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:	90	90
лекции	34	34
лабораторные	51	51
практические		
групповые консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации	5	5
Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:	162	162
Курсовой проект		
Курсовая работа	36	36
Расчетно-графическое задание		
Индивидуальное домашнее задание		
Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические занятия, лабораторные занятия)	90	90
Экзамен	36	36

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Наименование тем, их содержание и объем

Курс 2. Семестр № 3

№ п/п	Наименование раздела (модуля)	К-во лекционных часов	Объем на тематический раздел, час		
			Практич. и др. занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
1	2	3	4	5	6
1	Планирование и организация электронного бизнеса. Особенности архитектуры электронного предприятия. Организационные принципы электронного предприятия. Деформации модели архитектуры предприятия Захмана при ее применении к моделированию электронного предприятия. Описание Бизнес-архитектуры предприятия в таблице Захмана. Содержание описания ИТ-архитектуры (документы; правила бизнеса; база данных). Планирование электронного бизнеса. Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса.	6		8	15

	<p>Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент». Бизнес-модели и направления электронного бизнеса: целевая установка, критерии успеха, целевая аудитория, требования и приоритеты, партнерства, финансы. Контент- модель: определения, источники данных, иерархия, презентация, позиционирование, ведение. Менеджмент-модель: процессы (отбор, разработка, импорт, хранение, измерения, поддержка), предпринимательские принципы, директивы, роли, степени ответственности. Тенденции развития программной, аппаратной и организационной инфраструктуры электронных предприятий.</p>				
2	<p>Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий. Классификации бизнес-моделей электронной коммерции. Классификация Раппы: бизнес-модели в интернете (посредническая модель; рекламная модель; модель инфопосредника; модель продавца; модель производителя /модель прямого доступа; партнерская модель; модель сообщества, модель подписки; практическая модель). Классификация Эпплгейт: новые модели для менеджеров (специализированные дистрибьюторские модели; модели портала; модели поставщика; модели поставщиков инфраструктуры). Классификация Уэйла и Витейла: атомарные бизнес-модели (контент-провайдер; непосредственная работа с клиентом; поставщик набора услуг; посредник; общая инфраструктура; интегратор ценностной сети; виртуальное сообщество; целое предприятие). Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам (матрица B2C2G). Классификация бизнес-моделей по степени интеграции в электронный бизнес: модель интранета (модель B0); модель визитной карточки (модель B1); модель электронного заказа (модель B2); модель полной автоматизации (модель B3); модель аутсорсинга (модель B4). Торгово-закупочные B2B системы. Системы управления закупками (eprocurement). Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM - системы). Системы управления продажами (e-distribution). Системы полного цикла сопровождения потребителей (eCRM-системы). Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи. Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые</p>	6		8	15

	площадки (e-market).				
3	<p>Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке.</p> <p>Типы корпоративных представительств и рекомендации по их использованию. Корпоративный портал. Сайт-визитка, презентационный сайт. Интернет-витрина. Интернет-магазин. Внешний коммуникативный канал. Типовой вариант сайта Интернет-магазина. Торговые ряды. Комплексы программных средств для реализации Интернет-проекта. Разработка проекта сайта, основные этапы. Системы управления контентом. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах. Выбор хостинга (виртуальный хостинг, виртуальный выделенный сервер, выделенный сервер, колокация).</p>	5		8	15
4	<p>Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет.</p> <p>Маркетинг и реклама на электронном рынке. Роль маркетинга в построении эффективной бизнес-модели. Методика определения целевой аудитории и поиска ее в Интернет. Критерии сегментации: социально-демографические характеристики, психографические характеристики, поведенческие характеристики, географические характеристики. Взаимосвязь целевой аудитории и типа рекламной кампании, используемых рекламных инструментов. Ценовые модели размещения рекламы в Интернет – фиксированная оплата (Flat Fee Advertising), оплата по количеству показов рекламы (CPM), оплата по количеству переходов (CPC), оплата по количеству посетителей (CPV) и т.д. Медийная реклама. Медиаметрические исследования в Интернет. Методы оценки эффективности маркетинга и рекламы в Интернет. Медиапланирование и создание рекламной кампании. Выбор площадок для размещения рекламы.</p>	5		9	15
5	<p>Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса.</p> <p>Правовые аспекты организации предприятий электронного бизнеса. Понятие электронного документа и электронно-цифровой подписи. Аутентификация контрагентов на основе технологии электронной цифровой подписи. Сертификационные центры. Российское законодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнес-организаций: заключение в электронном виде</p>	6		9	15

	договоров, оформление электронных счетов-фактур, сдача в электронном виде налоговой отчетности. Разрешение споров в электронной коммерции. Платежные системы. Основные функции платежных систем. Денежные расчеты в сети. Классификация платежей и платежных систем. Системы расчетов, работающие с реальными деньгами. Системы расчетов, использующие электронную валюту (цифровые деньги).				
6	Экономические вопросы организации электронного бизнеса. Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса. Особенности инвестирования электронных предприятий. Интернет-инкубаторы и венчурные фонды. Структура затрат предприятий электронного бизнеса. Доходная часть предприятий электронного бизнеса. Основные экономические показатели эффективности деятельности.	6		9	15
	ВСЕГО	34		51	90

4.2. Содержание практических и лабораторных занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема лабораторного занятия	К-во часов	К-во часов СРС
семестр №3				
1	Планирование и организация электронного бизнеса.	Информационные сети.	8	15
2	Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий.	Электронные торговые площадки.	8	15
3	Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке.	Электронный обмен данными.	4	7
		Регистрационные коды.	4	8
4	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет.	Системы электронных платежей.	4	7
		Электронная цифровая подпись.	5	8
5	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса.	Инструменты правового регулирования.	4	7
		Стандарты и сертификаты ISO.	5	8

6	Экономические вопросы организации электронного бизнеса.	Виды и формы сделок в электронном бизнесе.	9	15
ИТОГО:			51	90
ВСЕГО:				141

4.3. Содержание курсовой работы

В процессе выполнения курсовой работы осуществляется контактная работа обучающегося с преподавателем. Консультации проводятся в аудитория и/или посредством электронной информационно-образовательной среды университета.

На выполнение курсовой работы предусмотрено 36 часов самостоятельной работы студента. Успешное выполнение работы во многом зависит от четкого соблюдения установленных сроков и последовательного выполнения отдельных этапов работы:

1. Выбор темы не позднее, чем за 2 месяца до сдачи работы
2. Подбор научной литературы
3. Написание и представление преподавателю работы не позднее, чем за 7 дней до ее сдачи.

Оформление курсовой работы

Текстовый материал в курсовой работе должен быть изложен согласно правилам оформления студенческих работ.

Объем работы 25-45 стр.

Структура работы состоит из следующих частей:

Введение

Раздел 1. Теоретические основы изучаемой проблемы

Раздел 2. Анализ рассматриваемой проблемы на конкретном примере

Заключение

Список литературы

В работе следует отразить вопросы, касающиеся рассматриваемой проблемы, в соответствии с приведенным ниже содержанием.

Введение. Во вступительной части рассматриваются основные тенденции изучения и развития проблемы, обосновывается актуальность проблемы, а также формируются цель и задачи работы.

Раздел 1. Теоретические основы изучения проблемы. В данном разделе, прежде всего, необходимо охарактеризовать объект и предмет исследования. Затем оценить степень изученности данной проблемы в научной литературе и привести различные точки зрения по данному вопросу. В процессе изучения имеющихся литературных источников по исследуемой проблеме очень важно найти сходство и различия точек зрения разных авторов, дать их анализ и обосновать свою позицию по данному вопросу.

Раздел 2. Анализ рассматриваемой проблемы на конкретном примере

При выполнении этой части работы студенты должны провести анализ состояния дел по данному вопросу, дать характеристику имеющимся особенностям и высказать свое мнение для их корректировки в случае необходимости.

Заключение

В заключении должны быть приведены основные выводы, вытекающие из результатов проведенного исследования.

Порядок проверки и защиты курсовой работы

По результатам курсовой работы оформляется отчет. Оформление отчета должно соответствовать требованиям стандарта.

Рекомендуется следующее содержание отчета:

- титульный лист,
- содержание,
- введение,
- основная часть,
- заключение,
- список использованных источников.

Введение должно содержать цель работы, объект исследований (бизнес-процесс), используемые в работе методы.

Основная часть отчета должна отражать результаты выполнения всех этапов, составляющих содержание курсовой работы и описанных выше.

Диаграммы, приводимые в отчете, должны быть выполнены при помощи инструментальных средств (Bpwin). Каждая диаграмма приравнивается к рисунку и должна содержать подрисуночную подпись в соответствии со стандартом. В тексте должна содержаться ссылка на диаграмму. Например: «Модель потока работ процесса в виде IDEF3-диаграммы декомпозиции первого уровня приведена на рис. 7».

Таблицы оформляются согласно стандарту. Они, как и рисунки, должны иметь номер и название. В тексте должны содержаться ссылки на таблицы.

Текст также должен содержать ссылки на литературные источники, приведенные в списке использованных источников. Это могут быть книги, статьи, Интернет-публикации, описывающие используемые методы или исследуемый процесс или аналогичные процессы и т.д. Ссылки оформляются согласно стандарту. Заключение должно содержать краткие выводы по результатам выполненной работы. Список использованных источников оформляется согласно стандарту.

Работа представляется преподавателю на проверку не позднее, чем за 7 дней до ее сдачи.

Ознакомившись с работой, преподаватель принимает решение о форме ее приема. Работа либо зачитывается, либо назначается время сдачи.

Замечания о необходимости доработок содержания оформляются преподавателем на титульном листе. Защита предполагает краткий доклад по ключевым вопросам.

Если работа не представлена в срок, то ее сдача производится комиссии, назначаемой зав. кафедрой.

Темы курсовых работ

Предлагаются следующие варианты индивидуальных заданий. Номер варианта соответствует номеру по списку в журнале преподавателя.

1. Информационная система «магазин по продаже цифрового оборудования»
2. Информационная система «работа с клиентами организации, производящей товары»
3. Информационная система «предприятие по реализации строительно-монтажных работ»
4. Информационная система «предприятие по оптовой продаже цифровой техники»
5. Информационная система «предприятие по оказанию клиринговых услуг населению»
6. Информационная система «фирма, по оказанию аналитических услуг в сфере ИТ»
7. Информационная система «предприятие по оказанию услуг в сфере цифровых коммуникаций»
8. Информационная система «кадровое агентство»
9. Информационная система «продажа авиабилетов»
10. Информационная система «финансовая аналитика»
11. Информационная система «работа с клиентами производственной организации»
12. Информационная система «работа с клиентами организации оптово-розничной торговли»
13. Информационная система «работа с клиентами в области услуг связи»
14. Информационная система «учет заказов покупателей»
15. Информационная система «работа с поставщиками»
16. Информационная система «книжный магазин»
17. Информационная система «магазин музыкальных товаров»
18. Информационная система «магазин молочной продукции»
19. Информационная система «туристического агентства».

По желанию студента и по согласованию с преподавателем могут быть использованы и другие варианты индивидуальных заданий.

4.4. Содержание расчетно-графического задания, индивидуальных домашних заданий

Не предусмотрено учебным планом.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Реализация компетенций

1. ОПК-4. Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности.

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ОПК-4.2. Управляет электронным бизнесом, разрабатывает стратегические решения	Экзамен, защита курсовой работы, защита лабораторных работ, тестирование, устный опрос

5.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

5.2. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий) для экзамена

1. Возникновение сетевой экономики. Последствия создания сетевого экономического пространства
2. Понятие сетевой экономики. Разделение сетей по уровню интеграции.
3. Принципы функционирования и развития сетевой экономики в деятельности предприятий ресторанно-гостиничного бизнеса
4. Потребности общества в услугах информационного характера.
5. Классификация продукции в Интернет экономике
6. Информация в Интернет экономике. Определение объемов информации. Характеристики информации
7. Информационные правоотношения в Интернет экономике. Классификация информационных ресурсов.
8. Рынок информационных услуг. Сектора информационного рынка.
9. Рынок интерактивных информационных услуг в деятельности предприятий ресторанно-гостиничного бизнеса
10. Структура информационного рынка
11. Информационные посредники и конечные пользователи.
12. Новые виды информационных технологий
13. Современные информационные технологии. Базовые технологии Интернет. Услуги, предоставляемые сетью Интернет
14. Межсоединение. Уровни взаимодействия между компьютерами в Интернет. Межсетевой протокол IP.
15. IP адреса, их классификация. Пример подключения локальной сети организации к Интернет.
16. Методика расчета стоимости межсоединений.
17. Виды цен на информационном рынке при ведении электронного бизнеса для ресторанно-гостиничной сферы.
18. Расчет цены информационного продукта

19. Обобщенная схема товародвижения информационных продуктов и действующих видов цен
20. Основные этапы ценообразования. Необходимые условия рыночного ценообразования
21. Принципы установления цены на информационном рынке. Внешние факторы ценообразования для ведения онлайн-представительств для предприятий ресторанно-гостиничного бизнеса
22. Внутренние факторы ценообразования. Цели и методы ценообразования.
23. Стратегия ценообразования. Ценовая тактика и страхование цен
24. Политика распределения. Канал сбыта. Эффективность. Преимущества и недостатки
25. Категории электронной коммерции. Сфера применения электронной коммерции. Новые элементы в современном бизнесе.
26. Интернет - магазины. Преимущества. Недостатки. Требования, предъявляемые покупателями к организации Интернет - магазинов
27. Схема взаимодействия покупателя с виртуальным магазином. Виды торговых систем Интернет - магазинов
28. Характеристики программного обеспечения Интернет - магазинов. Способы оплаты товара. Способы доставки товара.
29. Аукцион. Типы аукционов. Схема работы аукциона. Товары, продаваемые на аукционах.
30. Виды торговых площадок. Выгоды и риски участников рынка.
31. Бизнес - модели торговых площадок
32. Структура торговой площадки. Компоненты, реализация которых важна для всех типов площадок
33. Методы обеспечения безопасности. Шифрование.
34. Цифровая подпись.
35. Протоколы и стандарты безопасности виртуальных платежей
36. Классификация платежных систем. Кредитные системы. Схема проведения платежей при помощи кредитных карт.
37. Дебетовые системы. Электронные чеки.
38. Электронные деньги. Общая схема платежа с помощью электронных денег
39. Интернет – банкинг. Преимущества и недостатки Интернет – банкинга.
40. Интернет – трейдинг. Электронный брокер.
41. Системы прямого доступа. Их преимущества и недостатки.
42. Интернет страхование в деятельности предприятий ресторанно-гостиничного бизнеса .
43. Бизнес модели сайтов. Финансирование.
44. Этапы создания Web – сайта.
45. Исполнители проекта. Выбор поставщика услуг.
46. Выбор места размещения Web – сервера.
47. Доменное имя. Процедура регистрации доменного имени.

48. Принципы первоначального привлечения посетителей на сайт.
49. Принципы удержания посетителей Web – сайтов.
50. Организация обратной связи с аудиторией Web – сервера.
51. Методы идентификации пользователей.
52. Методы получения и обработки статистических данных о поведении посетителей
53. Счетчики, устанавливаемые на Web – сайт.
54. Оценка экономической эффективности работы сайта.
55. Характер рекламной кампании фирмы в Интернете.
56. Преимущества рекламы в Интернете в деятельности предприятий ресторанно-гостиничного бизнеса
57. Разновидности рекламы в Интернете. Баннерная реклама.
58. Поисковые системы и каталоги в Интернете. E-mail реклама.
59. Списки рассылки и дискуссионные листы. Эффективность рекламы в Интернете.

5.3. Типовые контрольные задания (материалы) для текущего контроля в семестре

Текущий контроль в семестре осуществляется в форме выполнения и защиты лабораторных работ, тестирования, а также собеседования. Собеседование проводится в форме ответов на заданные вопросы.

Лабораторные работы. В лабораторном практикуме по дисциплине представлен перечень лабораторных работ, обозначены цель и задачи, необходимые теоретические и методические указания работе, рассмотрен практический пример, даны варианты выполнения и перечень контрольных вопросов.

Защита лабораторных работ возможна после проверки правильности выполнения задания, оформления отчета. Защита проводится в форме собеседования преподавателя со студентом по теме лабораторной работы.

Примеры тестов для контроля знаний

1. Место, где заключаются сделки между продавцом и покупателем и осуществляется проведение финансово-торговых транзакций это
 - а. Интернет – магазин;
 - б. торговая площадка;
 - в. Интернет – аукцион;
 - г. информационный портал.
2. Протокол SSL обеспечивает
 - а. беспроводную передачу данных;
 - б. работу прикладных программ;
 - в. проведение расчетов между финансовыми, коммерческими организациями;
 - г. шифрование передаваемых через Интернет данных .
3. При выдаче пластиковой карты клиенту осуществляется ее

- а. авторизация;
 - б. персонализация;
 - в. аутентификация;
 - г. идентификация.
4. Кредитная организация, осуществляющая взаиморасчеты между участниками платежной системы по поручению процессингового центра это
- а. расчетный банк платежной системы;
 - б. банки-эквайеры;
 - в. банк-эмитент;
 - г. платежная система.
5. В общей схеме платежа с помощью электронных денег не участвует
- а. плательщик;
 - б. эмитент;
 - в. процессинговый центр;
 - г. получатель платежа.
6. Услуги по оперированию на валютном и фондовом рынках через Интернет осуществляет
- а. Интернет – банкинг;
 - б. Интернет – страхование;
 - в. Интернет – трейдинг;
 - г. Интернет площадка.
7. Проводить осуществление коммунальных платежей позволяет
- а. Интернет – банкинг;
 - б. Интернет – трейдинг;
 - в. Интернет – страхование;
 - г. Интернет площадка.
8. Оценка эффективности функционирования сайта является
- а. первым этапом построения сайта;
 - б. вторым этапом построения сайта;
 - в. третьим этапом построения сайта;
 - г. четвертым этапом построения сайта.
9. Реализация сайта является
- а. первым этапом построения сайта;
 - б. вторым этапом построения сайта;
 - в. третьим этапом построения сайта;
 - г. четвертым этапом построения сайта.
10. К принципам удержания посетителей Web – сайта относится
- а. размещение ссылок в Web- каталогах;

- б. регистрация в тематических Web – серверах;
- в. информационное наполнение сайта;
- г. регистрация сервера в поисковых системах.

11. Экономическая оценка эффективности функционирования корпоративного сайта может быть определена как отношение

- а. полных затрат на реализацию к полученному доходу;
- б. полученного дохода к полным затратам на реализацию;
- в. эксплуатационных затрат к единовременным;
- г. полученного дохода к эксплуатационным затратам.

12. Основной показатель эффективности Интернет рекламы рассчитывается по формуле:

- а. $CTR = \{\text{число кликов}\} / \{\text{число показов}\}$;
- б. $CTR = \{\text{число показов}\} / \{\text{число кликов}\}$;
- в. $CTR = \{\text{число заинтересованных посетителей}\} / \{\text{общее число посетителей}\}$;
- г. $CTR = \{\text{общее число посетителей}\} / \{\text{число заинтересованных посетителей}\}$.

13. Для динамической рекламы CTR колеблется

- а. от 10% до 15%;
- б. от 15% до 30%;
- в. от 0,5% до 10%;
- г. от 0,1% до 3% .

14. Построение бизнеса в Интернете требует значительных инвестиций для чего необходимо ...

- а) определять источники финансирования
- б) определить исполнителей проекта
- в) произвести оценку эффективности продвижения сайта в Интернет
- г) определить рекламу сайта

5.4. Описание критериев оценивания компетенций и шкалы оценивания

При промежуточной аттестации в форме экзамена используется следующая шкала оценивания: 2 – неудовлетворительно, 3 – удовлетворительно, 4 – хорошо, 5 – отлично.

Критериями оценивания достижений показателей являются:

Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине	Критерий оценивания
	ОПК-4. Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности. ОПК-4.2. Управляет электронным бизнесом, разрабатывает стратегические решения.

Знания	Знание приемов организации взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности. Объем освоенного материала. Полнота ответов на вопросы.
Умения	Организовать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности. Сравнение, сопоставление, обобщение материала и формулировка выводов.
Навыки	Организации взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности. Анализ результатов решенных задач.

Оценка преподавателем выставляется интегрально с учетом всех показателей и критериев оценивания.

Оценка сформированности компетенций по показателю Знания.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
ОПК-4. Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности. ОПК-4.2. Управляет электронным бизнесом, разрабатывает стратегические решения.				
Знание приемов организации взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	Не знает приемов организации взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	Знает приемы организации взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности, но допускает неточности формулировок	Знает приемы организации взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	Знает приемы организации взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности, может корректно сформулировать их самостоятельно
Объем освоенного материала	Не знает значительной части материала дисциплины	Знает только основной материал дисциплины, не усвоил его деталей	Знает материал дисциплины в достаточном объеме	Обладает твердым и полным знанием материала дисциплины, владеет дополнительными знаниями
Полнота ответов на вопросы	Не дает ответы на большинство вопросов	Дает неполные ответы на все вопросы	Дает ответы на вопросы, но не все - полные	Дает полные, развернутые ответы на поставленные вопросы, делает самостоятельные выводы

Оценка сформированности компетенций по показателю Умения.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
ОПК-4. Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности. ОПК-4.2. Управляет электронным бизнесом, разрабатывает стратегические решения.				
Умеет организовать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	Не умеет организовать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач	Умеет организовать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	Умеет организовать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	Умеет правильно организовать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
деятельности	профессиональной деятельности	деятельности, но допускает ошибки	деятельности	профессиональной деятельности, грамотно и самостоятельно делать выводы
Сравнение, сопоставление, обобщение материала и формулировка выводов	Не может сравнивать, сопоставлять, обобщать материал и делать выводы	Может сравнивать, сопоставлять, обобщать материал и делать выводы, но допускает ошибки	Может сравнивать, сопоставлять, обобщать материал и делать выводы	Может правильно сравнивать, сопоставлять, обобщать материал и самостоятельно делать выводы

Оценка сформированности компетенций по показателю Навыки.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
ОПК-4. Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности.				
ОПК-4.2. Управляет электронным бизнесом, разрабатывает стратегические решения.				
Организации взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	Не имеет навыков организации взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	Имеет недостаточные навыки организации взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности	Владеет навыками организации взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности, но допускает неточности	Правильно и самостоятельно организует взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности
Анализ результатов решенных задач	Не владеет навыками анализа результатов решенных задач	Неуверенно владеет навыками анализа результатов решенных задач	Владеет навыками анализа результатов решенных задач, но допускает неточности	В полной мере владеет навыками анализа решенных выполненных задач

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Материально-техническое обеспечение

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
	Учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий, консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации.	Специализированная мебель; мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук
	Методический кабинет для самостоятельной работы	Специализированная мебель; мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук
	Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы	Специализированная мебель; компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет», имеющая доступ в электронную информационно-образовательную среду

6.2. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

№	Перечень лицензионного программного обеспечения.	Реквизиты подтверждающего документа
1.	Microsoft Windows 10 Корпоративная	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
2.	Microsoft Office Professional Plus 2016	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023
3.	Kaspersky Endpoint Security «Стандартный Russian Edition»	Сублицензионный договор № 102 от 24.05.2018. Срок действия лицензии до 19.08.2020 Гражданско-правовой Договор (Контракт) № 27782 «Поставка продления права пользования (лицензии) Kaspersky Endpoint Security от 03.06.2020. Срок действия лицензии 19.08.2022г.
4.	Google Chrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
5.	Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения

6.3. Перечень учебных изданий и учебно-методических материалов

1. Бирюков, А. Н. Процессы управления информационными технологиями / А. Н. Бирюков. — Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016. — 263 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/52165.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Кобелев, О.А. Электронная коммерция[Электронный ресурс]: / О.А. Кобелев; под ред. С.В. Пирогова. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 684 с.: ил. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496127>
3. Крахоткина, Е.В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования: учебное пособие / Е.В. Крахоткина; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь: СКФУ, 2016. – 129 с.: ил. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459069>. – Библиогр. в кн. – Текст: электронный.
4. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: монография / Л.В. Лапидус. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 381 с. — (Научная мысль). — ISBN 978-5-16-013607-3. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=344082>
5. Электронная коммерция: учебник / Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов,

А.Ф. Никишин, Т.В. Панкина. - М. ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2020. - 192 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0507-4. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=355539>

6. Электронная коммерция: учебное пособие / И. Е. Быстренина. - 2-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 90 с. - ISBN 978-5-394-03372- Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=353615>

6.4. Перечень интернет ресурсов, профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный (дата обращения: 15.05.2021).
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов [Электронный ресурс]: федеральный портал. – Режим доступа: <http://schoolcollection.edu.ru/>, свободный (дата обращения: 15.05.2021).
3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс] : федеральный портал. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/>, свободный (дата обращения: 15.05.2021).
4. Интернет Университет Информационных технологий. [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <http://www.intuit.ru/>, свободный (дата обращения 10.05.2021).
5. Российский общеобразовательный портал [Электронный ресурс]: образовательный портал. – Режим доступа: <http://www.school.edu.ru/>, свободный (дата обращения: 15.05.2021).
6. Сервер Информационных Технологий [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <http://citforum.ru/>, свободный (дата обращения 15.05.2021).
7. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов [Электронный ресурс] : Единое окно доступа к образовательным ресурсам. – Режим доступа: <http://fcior.edu.ru>, свободный (дата обращения: 15.05.2021).