

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет экономический

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Иванов А.Г.

подпись

«1» июля 2016 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.17 УПРАВЛЕНИЕ ЭЛЕКТРОННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Направление подготовки

38.03.05 Бизнес-информатика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль)

«Электронный бизнес»

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки

Академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация

бакалавр

Краснодар 2016

Рабочая программа дисциплины «Управление электронным предприятием» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика»

Программу составил(и):

Е.А. Авдеева, доцент кафедры теоретической экономики, к.э.н.
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины «Управление электронным предприятием» утверждена на заседании кафедры теоретической экономики протокол № 9 «14» июня 2016 г.

Заведующий кафедрой (разработчик) Сидоров В.А.


фамилия, инициалы подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры теоретической экономики протокол № 9 «14» июня 2016 г.

Заведующий кафедрой (выпускающей) Сидоров В.А.


фамилия, инициалы подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета. протокол № 9 «24» июня 2016 г.

Председатель УМК факультета Дробышевская Л.Н.


фамилия, инициалы подпись

Рецензенты:

Ксенофонтов В.И., д-р экон. наук, директор Краснодарского ЦНТИ филиала ФГБУ «Российское энергетическое агентство» Минэнерго России.

Шевченко И.В., заведующий кафедрой мировой экономики и менеджмента, декан экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ», д-р экон. наук, профессор

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Управление электронным предприятием» – формирование у бакалавров теоретических знаний и практических навыков, необходимых для повышения эффективности профессиональной деятельности в области управления электронным предприятием.

Задачи курса в соответствии с поставленной целью состоят в:

- получение теоретических знаний об управлении электронным предприятием как особом виде деятельности;
- обеспечение прикладными знаниями в области развития форм и методов управления электронным предприятием субъектами рыночной деятельности;
- формирование навыков реализации теоретических и прикладных знаний в практической деятельности на электронном предприятии.

1.2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление электронным предприятием» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Курс опирается на общеэкономические и методологические дисциплины – «Общая экономическая теория», «Менеджмент», «Микроэкономика» и др.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций: ПК-5, ПК-10.

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-5	проведение обследования деятельности и ИТ-инфраструктуры предприятий	– элементы ИТ-инфраструктуры предприятия, принципы работы ИТ-службы предприятия; – принципы построения ИТ-инфраструктуры предприятий.	– проводить обследование деятельности и ИТ-инфраструктуры предприятий; – осуществлять изучение деятельности и особенностей построения ИТ-инфраструктуры предприятий.	– методами рационального построения ИТ-инфраструктуры предприятий для управления бизнесом; – навыками исследования и поиска новых моделей и методов совершенствования ИТ-инфраструктуры предприятия.
2.	ПК-10	умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать	– особенности позиционирования электронного предприятия на	– позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке;	– навыками консультационной деятельности по вопросам развития электронного предприятия на

№ п. п.	Индекс компетен ции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	глобальном рынке; – ключевые принципы формирования потребительской аудитории в сети Интернет .	– формировать конструктивные предложения по созданию потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями, организации продаж в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	глобальном рынке и в сети Интернет; – навыками осуществления взаимодействия с потребителями в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ОФО).

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)
		8
Контактная работа, в том числе:		
Аудиторные занятия (всего)	32	32
Занятия лекционного типа	16	16
Практические занятия	16	16
Иная контактная работа:		
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2
Самостоятельная работа в том числе:		
Курсовая работа	-	-
Проработка учебного (теоретического) материала	26	26
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций, подготовка к тестированию, контрольной работе).	21	21
Реферат	6	6
Подготовка к текущему контролю	16,8	16,8
Контроль:		
Подготовка к экзамену	-	-

Общая трудоемкость	час.	108	108
	в том числе контактная работа	38,2	38,2
	зач. ед	3	3

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре

№ раздела	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Типология электронных предприятий	13	2	2	-	8
2.	Создание и функционирование электронного предприятия	11	2	2		8
3.	Управление электронным предприятием	12	2	2		8
4.	Моделирование деятельности электронного предприятия	12	2	2	-	8
5.	Автоматизация управления электронным предприятием	12	2	2	-	9
6.	Оплата и доставка товаров в электронной среде	14	2	2	-	9
7.	Взаимодействием с потребителем продуктов и услуг электронного предприятия CRM-система электронного предприятия.	14	2	2	-	9,8
8.	Управление персоналом электронного предприятия	13,8	2	2	-	10
Итого по дисциплине:			16	16	-	69,8

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Типология электронных предприятий	Типы электронных предприятий по моделям взаимоотношений между субъектами и объектами предпринимательской деятельности.	Контрольные вопросы
2.	Создание и функционирование электронного предприятия	Формирование концепции предприятия. Основные процессы электронных предприятий. Этапы создания электронного предприятия.	Контрольные вопросы

3.	Управление электронным предприятием	Планирование предпринимательской деятельности. Управление финансами предприятия. Особенности финансового менеджмента в электронных предприятиях.	Контрольные вопросы
4.	Моделирование деятельности электронного предприятия	Комплексное моделирование деятельности предприятия. Ситуационное управление электронным предприятием на основе технологий компьютерного моделирования.	Контрольные вопросы
5.	Автоматизация управления электронным предприятием	Системы автоматизации управления ресурсами предприятия в управлении электронными предприятиями.	Контрольные вопросы
6.	Оплата и доставка товаров в электронной среде	Электронные системы взаиморасчетов. Пластиковые карты. Виды систем, основанных на пластиковых картах.	Контрольные вопросы
7.	Взаимодействие с потребителем продуктов и услуг электронного предприятия CRM-система электронного предприятия.	Система сбыта электронного предприятия. Бизнес-процессы электронного предприятия, поддерживающие сбыт товаров и услуг.	Контрольные вопросы
8.	Управление персоналом электронного предприятия	Теоретические основы управления персоналом. Трудовые ресурсы в электронном бизнесе. Структура персонала электронного предприятия.	Контрольные вопросы

2.3.2 Практические занятия

№	Наименование раздела (тем)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Типология электронных предприятий	Основные цели и задачи создания электронных предприятий и компонент электронного бизнеса сетевых предприятий. Тенденции и динамика роста и развития предпринимательства в среде Интернет. Проблемы и направления исследований в области поиска новых методов управления электронными предприятиями и расширения сферы их деятельности. Инновации в электронном предпринимательстве. Интернет-коммерция, телевизионная коммерция, мобильная коммерция.	Тестовые задания

		Типы электронных предприятий по моделям взаимоотношений между субъектами и объектами предпринимательской деятельности.	
2.	Создание и функционирование электронного предприятия	Формирование концепции предприятия. Основные процессы электронных предприятий. Анализ и моделирование бизнес-процессов сетевого предприятия, осуществляющего аналогичную деятельность. Анализ возможности реализации бизнес-процессов в электронной среде. Фронт-офис и бэк-офис электронного предприятия. Персонал электронного предприятия. Этапы создания электронного предприятия.	Кейс «Запуск омниканального онлайн-магазина на зарубежном рынке»
3.	Управление электронным предприятием	Планирование предпринимательской деятельности. Управление финансами предприятия. Особенности финансового менеджмента в электронных предприятиях. Основные подходы к оценке стоимости электронных предприятий. Управление маркетинговой деятельностью электронного предприятия. Особенности Интернет-маркетинга. Бизнес-планирование в Интернет-компаниях. Основные компоненты управления электронным предприятием. Производство. Снабжение и сбыт. Управление запасами. Техобслуживание оборудования. Послепродажное обслуживание произведенной продукции. Кадры. Научные исследования и конструкторские разработки. Финансы. Маркетинг-менеджмент в системе управления электронным предприятием. Маркетинговые и рекламные стратегии на глобальном электронном рынке. Методы формирования потребительской аудитории. Важность измерения потребительской аудитории на глобальном рынке. Анализ	Рефераты

		поставщиков и партнеров. Используемые оценки потребительской аудитории. Жизненный цикл потребителя. Методы сбора статистических данных о потребительской аудитории. Методы и инструментальные средства измерения потребительской аудитории. Сегментация потребительской аудитории.	
4.	Моделирование деятельности электронного предприятия	Цели и задачи моделирования деятельности предприятия. Управленческие задачи, решаемые с использованием моделирования. Технологии компьютерного моделирования. Имитационное моделирование. Моделирование системной динамики. Комплексное моделирование деятельности предприятия. Ситуационное управление электронным предприятием на основе технологий компьютерного моделирования.	Рефераты
5.	Автоматизация управления электронным предприятием	Системы автоматизации управления ресурсами предприятия в управлении электронными предприятиями: MRP, MRPII, ERP, CSRP, ECM. Торгово-закупочные MRP, MRPII, ERP, CSRP, ECM B2B системы. Автоматизация основных процессов электронной торговли в секторе B2B.	Тестовые задания
6.	Оплата и доставка товаров в электронной среде	Электронные системы взаиморасчетов. Пластиковые карты. Виды систем, основанных на пластиковых картах. Смарт-карты. Системы управления счетом. Электронные наличные. Интернет-банкинг. Электронные деньги. Доставка товаров. Доставка информационного товара. Курьерская доставка. Сдача-приемка товаров. Доставка почтой. Организация собственной службы доставки.	Тестовые задания
7.	Взаимодействие с потребителем продуктов и услуг электронного предприятия	Система сбыта электронного предприятия. Бизнес-процессы электронного предприятия, поддерживающие сбыт товаров и услуг. Процесс работы с клиентами предприятия. Методы и модели	Тестовые задания

	CRM-система электронного предприятия.	взаимодействия персонала предприятия с потребителем. CRM-системы. Виды CRM-систем.	
8.	Управление персоналом электронного предприятия	Теоретические основы управления персоналом. Трудовые ресурсы в электронном бизнесе. Структура персонала электронного предприятия.	Контрольная работа

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы не предусмотрены учебным планом.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Наименование раздела	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовка к практическим занятиям, подготовка рефератов (презентаций).	1. Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа протокол № 8 от 29.06.2017 г. (http://docspace.kubsu.ru/docspace/handle/1/1119) 2. Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ, протокол № 8 от 29.06.2017 г. (http://docspace.kubsu.ru/docspace/handle/1/1120) 3. Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся протокол № 8 от 29.06.2017 г. (http://docspace.kubsu.ru/docspace/handle/1/1126)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины используются современные формы проведения занятий.

Лекция-диалог. Содержание подается через серию вопросов, на которые слушатель должен отвечать непосредственно в ходе лекции. К этому типу примыкает лекция с применением техники обратной связи, а также программированная лекция-консультация;

Проблемная лекция начинается с вопросов, с постановки проблемы, которую в ходе изложения материала необходимо решить. Проблемные вопросы отличаются от проблемных тем, что скрытая в них проблема требует не однотипного решения, то есть, готовой схемы решения в прошлом опыте нет.

Лекции-диалоги и проблемные лекции позволяют включать интерактивные элементы в процесс преподавания, способствуют приобретению не только знаний по теме лекции, но и навыков исследовательской и аналитической деятельности.

Лекции в форме презентации с использованием мультимедийной аппаратуры обеспечивают более высокий уровень понимания сложных структур, схем взаимосвязей отдельных элементов.

Семинарские занятия предполагают организацию дискуссии по отдельным вопросам, что способствует формированию более глубоких знаний по теме семинарского занятия, а также развитию навыков поиска, анализа необходимой информации, навыков публичной защиты своей позиции.

Отдельные темы дисциплины предполагают решение тестовых заданий и расчетных задач. Это позволяет осуществлять текущий контроль знаний и умений по дисциплине.

Интерактивные и информационно-коммуникативные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях, в сочетании с внеаудиторной работой создают дополнительные условия формирования и развития требуемых компетенций обучающихся, поскольку позволяют обеспечить активное взаимодействие всех участников. Эти методы способствуют личностно-ориентированному подходу.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается особый порядок освоения указанной дисциплины. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Вышеозначенные образовательные технологии дают наиболее эффективные результаты освоения дисциплины с позиций актуализации содержания темы занятия, выработки продуктивного мышления, терминологической грамотности и компетентности обучаемого в аспекте социально-направленной позиции будущего специалиста, и мотивации к инициативному и творческому освоению учебного материала. Рекомендации по использованию интерактивных и информационных образовательных технологий были осуществлены согласно методических указаниям к подобного рода работам. Режим доступа: <https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya>.

Индивидуальные консультации обучающихся проводятся еженедельно в форме диалога. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Примерный перечень контрольных вопросов по отдельным темам дисциплины (ПК-5, ПК-10)

Раздел 1. Типология электронных предприятий

1. Сформулируйте основные отличия электронного бизнеса от традиционной экономической деятельности.
2. Какова роль информационной составляющей электронного бизнеса.
3. Назовите основные бизнес-модели, характерные для электронного бизнеса, ориентированного на бизнес-партнеров.
4. Какие преимущества перед конкурентами может обеспечить использование моделей электронного бизнеса, ориентированного на бизнес-партнера.
5. Охарактеризуйте основные методы получения прибыли организации, владеющей информационным порталом.

Раздел 2. Создание и функционирование электронного предприятия

1. Каковы основные задачи, стоящие перед компанией, которая планирует развитие электронного бизнеса.
2. Какова последовательность этапов создания виртуального предприятия?
3. Опишите структуру предпринимательского решения в сфере электронного бизнеса.
4. Опишите структуру управленческого решения в сфере электронного бизнеса.
5. Опишите структуру технологического решения в сфере электронного бизнеса.
6. Опишите эволюцию бизнес-приложений в ходе интеграционных процессов, реализуемых при вхождении организации в электронный бизнес.

Раздел 3. Управление электронным предприятием

1. Приведите классификацию цен по видам информационной продукции и формам ее представления.
2. Каковы основные этапы ценообразования на информационном рынке?

3. Каковы показатели рентабельности, используемые для характеристики функционирования сетевых предприятий?
4. Как определить платежеспособность сетевого предприятия?
5. Перечислите и охарактеризуйте показатели экономической оценки инвестиционных проектов в сетевой экономике.

Раздел 4. Моделирование деятельности электронного предприятия

1. В чем заключается сущность моделирования?
2. Что такое имитационная модель?
3. Что понимается под термином «время» в имитационном моделировании?
4. Назовите популярные программные продукты, предназначенные для построения и исследования имитационных моделей.
5. Приведите примеры систем имитационного моделирования, поддерживающих моделирование бизнес-процессов.

Раздел 5. Автоматизация управления электронным предприятием

1. Назовите основные структурные элементы АСУ.
2. Классифицируйте системы автоматического регулирования по функциональному признаку.
3. Какие требования предъявляются в АСУ.
4. Для чего используются системы управления проектами?
5. Какие функциональные особенности характерны для CASE-средств?

Раздел 6. Оплата и доставка товаров в электронной среде

1. Опишите основные этапы эволюции платежных систем.
2. Сформулируйте понятие электронного кошелька.
3. Перечислите задачи, которые необходимо решить для создания эффективной платежной системы.
4. Назовите преимущества электронных платежных систем.

Раздел 7. Взаимодействие с потребителем продуктов и услуг электронного предприятия CRM-система электронного предприятия.

1. Что такое CRM? Дайте определение этому термину с точки зрения концепции и информационной технологии.
2. Назовите основные принципы концепции CRM.
3. Чем концепция CRM отличается от концепции традиционного маркетинга?
4. Перечислите и охарактеризуйте предпосылки возникновения клиентоориентированного подхода.
5. Какова роль клиентоориентированного подхода в концепции маркетинга отношений?
6. Расскажите про историю возникновения и развития подхода CRM в России.
7. Раскройте понятие e-CRM.

Раздел 8. Управление персоналом электронного предприятия

1. Трудовые ресурсы предприятия. Планирование кадров и их подбор.
2. Трудоемкость и производительность труда.
3. Автоматизированная система управления трудовыми ресурсами.

Критерии оценки

Критерии	Оценка	Уровень
Обучающийся показывает полное понимание пройденного материала, сформированность способности к	«отлично»	повышенный (продвинутый) уровень

абстрактному мышлению, обобщению, комплексному анализу изучаемых экономических процессов		
Обучающийся в большинстве случаев показывает понимание пройденного материала, сформированность способности к абстрактному мышлению, обобщению, комплексному анализу изучаемых экономических процессов	«хорошо»	базовый уровень
Обучающийся показывает неполное понимание пройденного материала, способность к абстрактному мышлению, обобщению, комплексному анализу и обоснованию профессиональных решений сформирована только для решения самых простых и базовых экономических задач	«удовлетворительно»	пороговый уровень
Обучающийся показывает непонимание пройденного материала, способность к абстрактному мышлению, обобщению, комплексному анализу изучаемых экономических процессов сформирована на начальном уровне и не может быть использована для решения задач и проблем профессиональной деятельности	«неудовлетворительно»	менее 50%, уровень не сформирован

Примеры тестовых заданий (ПК-5, ПК-10)

Раздел 1. Типология электронных предприятий

1. IT-инфраструктурой будем называть технологический комплекс:

- предоставляющий необходимый инструментарий для ведения бизнеса;
- сервис — набор IT-услуг, обеспечивающих бизнес-процесс;
- IT-инфраструктура не должна мешать протеканию бизнес-процессов.

2. Понятие «архитектура бизнеса» тесно связано:

- планом развития предприятия;
- со структурой предприятия;
- его отраслевой принадлежностью;
- производственной ориентацией;
- стоимость владения IT должна включать и стоимость его приобретения.

3. Под информационными технологиями в компаниях обычно понимают набор информационных систем:

- обеспечивающих поддержку бизнес-процессов;
- автоматизацию существующих бизнес-процессов;
- настройку существующих бизнес-процессов.

4. Прозрачность IT-инфраструктуры достигается путем сбора данных об информационной системе компании. Это могут быть:

- отчеты о работе оборудования и программного обеспечения;

- б) отчеты об архитектуре;
- в) учет лицензий;
- г) все, что позволяет прогнозировать «поведение» ИТ при любых изменениях;
- д) отчет о кадровых перестановках.

5. Наиболее работоспособными ИТ-стратегиями являются те, в которые:

- а) заложены возможности для перемен в бизнесе;
- б) средства для их быстрой реализации перемен в бизнесе;
- в) защищены от пиратства.

6. Сформированные бизнесом требования используются:

- а) при анализе рынка информационных систем;
- б) выборе наиболее подходящих решений;
- г) при получении лицензии.

7. ИТ-инфраструктура должна включать в себя единое комплексное программное решение, состоящее из:

- а) модулей управления производством (MRP II, MES, APS);
- б) финансами;
- в) закупками;
- г) снабжением;
- д) цепочками поставок;
- е) сбытом, ремонтом и обслуживанием оборудования;
- ж) конструкторской и технологической подготовкой производства, персоналом;
- з) модулей бюджетирования и контроллинга;
- и) модулей бухгалтерского и налогового учета;
- к) OLAP многомерного бизнес- анализа;
- л) закупочной и ценовой политикой.

8. Стратегия предприятия:

- а) обеспечивает унификацию применяемых на предприятии методологий;
- б) повышает оперативность реализации изменений в различных аспектах системы управления, в том числе при интеграции новых бизнес-приложений;
- в) обеспечивает максимальную отдачу от инвестиций в информационные технологии за счет выделения средств на наиболее приоритетные проекты и инициативы в области информатизации;
- г) увеличивает объем выпускаемой продукции.

9. Информационные системы предприятий находятся в условиях постоянных изменений, вызванных следующими факторами:

- а) перемены как внутри предприятий, так и в окружающей среде;
- б) развитие технологий, появление принципиально новых технических решений;
- в) появление новых информационных технологий;
- г) социальные изменения;
- д) изменения в политике.

10. Служба ИС предприятия, как правило, организует свою работу по четырем функциональным направлениям:

- а) планирование и организация;
- б) разработка, приобретение и внедрение;
- в) предоставление и сопровождение ИТ-сервиса;
- г) мониторинг;

д) криптография.

11. Организационная структура службы ИС зависит от многих факторов:

- а) масштаб службы ИС – более крупные службы ИС обычно имеют более сложную и разветвленную организационную структуру;
- б) отраслевую принадлежность, с которой связано наличие или, напротив, отсутствие определенных структурных подразделений;
- в) распределение организации по территории – наличие территориально удаленных подразделений и филиалов существенно меняет организационную структуру службы ИС;
- г) информационные системы предприятий находятся в условиях постоянных изменений.

Раздел 5. Автоматизация управления электронным предприятием

1. Какие уровни управления существуют на современном предприятии?

- 1. Оперативный.
- 2. Не оперативный.
- 3. Стратегический.
- 4. Стихийный.
- 5. Тактический.

2. Отметьте уровни трехслойной архитектуры ERP-системы:

- 1) уровень приложений;
- 2) сетевой уровень;
- 3) уровень презентаций;
- 4) уровень баз данных.

3. Что такое ERP-система?

- 1) Система формирования отчетов.
- 2) Система интегрирования данных.
- 3) Набор интегрированных приложений.
- 4) Система электронного документооборота.
- 5) Система планирования ресурсов предприятия;
- 6) методология эффективного планирования и управления всеми ресурсами предприятия.

4. Что не является критерием выбора ERP-систем?

- 1) Потребности и возможности предприятия.
- 2) Масштабируемость системы.
- 3) Открытость системы.
- 4) Гибкость системы.
- 5) Интегрируемость системы.
- 6) Стоимость системы.
- 7) Возможность модификации, под потребности предприятия.

5. Что является основными движущими силами для начала внедрения ERP?

- 1) Переход на использование новых информационных технологий.
- 2) Появление большой прибыли предприятия.
- 3) Увеличение количества персонала.
- 4) Пересмотр своих бизнес процессов.
- 5) Устаревание существующей системы.

6. Что понимается под масштабируемостью технологической платформы ERP-системы?

- 1) Количество одновременно работающих пользователей ERP-системы;
- 2) сервис-ориентированная архитектура;
- 3) трех- или многоуровневая архитектура;
- 4) мощность сервера;
- 5) стоимость системы.

7. Каковы цели этапа внедрения ERP-системы Запуск и поддержка?

- 1) Выявление и устранение ошибок при «живой» эксплуатации.
- 2) Анализ бизнес-процессов.
- 3) Настройка модели систем.
- 4) Анализ процесса внедрения проекта.
- 5) Утверждение результатов внедрения.

8. Назовите очередность этапов жизненного цикла ERP-системы

- 1) Приобретение.
- 2) Выбор.
- 3) Эксплуатация.
- 4) Замена на новую систему.
- 5) Улучшение.
- 6) внедрение.

9. Какие коэффициенты применяются для расчета эффективности внедрения ERP-системы?

- 1) Анализ эффективности затрат.
- 2) Стоимость обучения пользователей.
- 3) Показатель возврата инвестиций (ROI).
- 4) Совокупная стоимость владения (TCO).

10. Каковы преимущества внедрения ERP-системы на предприятии?

- 1) Интегрирование различных видов деятельности фирмы.
- 2) Возможность организационной стандартизации.
- 3) Устранение информационной асимметрии.
- 4) Возможность автономной работы подразделений.
- 5) Доступ к информации в реальном времени.
- 6) Возможность взаимодействия и сотрудничества внутри организации.
- 7) Дублирование информации.

Раздел 6. Оплата и доставка товаров в электронной среде

1. Назовите несетевые формы интернет-платежей:

- 1) оплата на основании выставленного счета (банковский перевод);
- 2) оплата наличными по факту доставки (наложенный платеж);
- 3) платежные пластиковые карточки.

2. Для осуществления какой формы интернет-платежей необходимо создать специальную компанию в оффшорной зоне и открыть для нее счет в каком-нибудь из западных банков:

- 1) оплата на основании выставленного счета (банковский перевод);
- 2) оплата наличными по факту доставки (наложенный платеж);
- 3) платежные пластиковые карточки.

3. Сопоставьте характеристики индустриальной и Интернет-экономики. Укажите соответствие для всех 5 вариантов ответа:

- 1) индустриальная экономика.
- 2) Интернет-экономика.
 - a) доминируют производственные отношения;
 - b) инновации хранят в секрете;
 - c) доминируют знания и отношения людей;
 - d) инновации - достояние общественности;
 - e) электронные средства общения между людьми.

4. Сопоставьте системы электронной коммерции. Укажите соответствие для всех 4 вариантов ответа:

- 1) сектор «бизнес-бизнес» B2B;
- 2) сектор «бизнес-клиент» B2C;
- 3) сектор «customer-to-customer» C2C;
- 4) сектор «бизнес-государство» B2G;
 - a) взаимоотношения массовых пользователей Интернет, включая мелких предпринимателей и население;
 - b) взаимоотношения между компаниями;
 - c) взаимоотношения некоторого интернет-сообщества людей, объединенных конкретными интересами в рамках электронного аукциона;
 - d) взаимоотношения между хозяйствующими субъектами, и государством, выполняющим функции регулятора рыночных процессов.

5. На какой сектор электронной коммерции рассчитано все множество интернет-магазинов и интернет-рекламы:

- 1) сектор «бизнес-бизнес» B2B;
- 2) сектор «бизнес-клиент» B2C;
- 3) сектор «customer-to-customer» C2C;
- 4) сектор «бизнес-государство» B2G.

6. Какие бизнес-модели полностью реализуются в секторе «бизнес-бизнес» B2B:

- 1) вертикальные;
- 2) рекламные и маркетинговые;
- 3) горизонтальные;
- 4) инфраструктурные.

7. Какие бизнес-модели электронной коммерции действуют в границах выбранной отрасли, где за счет повышения эффективности межфирменного взаимодействия получают прибыль в виде процента с оборота, рекламы и т.д.?

- 1) Вертикальные;
- 2) рекламные и маркетинговые;
- 3) горизонтальные;
- 4) инфраструктурные;
- 5) смешанные.

8. Какие бизнес-модели электронной коммерции объединяют (в рамках торговой, расчетной или аукционной системы) группы компаний, принадлежащих к различным отраслям, но решающих схожие задачи: поиск и продажа сырья, материалов, нового и неиспользуемого оборудования, свободных производственных мощностей, капитала и т.д.?

- 1) Вертикальные;

- 2) рекламные и маркетинговые;
- 3) горизонтальные;
- 4) инфраструктурные;
- 5) смешанные.

9. В каком секторе электронной коммерции реализуется электронный аукцион:

- 1) сектор «бизнес-бизнес» B2B;
- 2) сектор «бизнес-клиент» B2C;
- 3) сектор «customer-to-customer» C2C;
- 4) сектор «бизнес-государство» B2G.

10. В каком секторе электронной коммерции реализована схема естественного ценообразования:

- 1) сектор «бизнес-бизнес» B2B;
- 2) сектор «бизнес-клиент» B2C;
- 3) сектор «customer-to-customer» C2C;
- 4) сектор «бизнес-государство» B2G;

11. В каком секторе электронной коммерции реализуется концепция «электронного правительства»:

- 1) сектор «бизнес-бизнес» B2B;
- 2) сектор «бизнес-клиент» B2C;
- 3) сектор «customer-to-customer» C2C;
- 4) сектор «бизнес-государство» B2G;

12. На каком сетевом уровне модели DOD обеспечивается гарантированная доставка сообщений между компьютерами, осуществляется сборка-разборка пакетов и обеспечивается связь с протоколами прикладного уровня DOD:

- 1) прикладной уровень.
- 2) Транспортный уровень.
- 3) Межсетевой уровень.

13. На каком сетевом уровне модели DOD работают протоколы логической передачи пакетов по сети, производится адресация машин с помощью IP адресов, осуществляется маршрутизация пакетов:

- 1) прикладной уровень.
- 2) Транспортный уровень.
- 3) Межсетевой уровень.

14. Какая составляющая инфраструктуры электронной коммерции включает такие процессы, как платежи, послепродажная поддержка и безопасность:

- 1) производственная инфраструктура.
- 2) Инфраструктура обслуживания.
- 3) Инфраструктура сбыта.

Раздел 7. Взаимодействие с потребителем продуктов и услуг электронного предприятия CRM-система электронного предприятия.

1. Целью концепции CRM является:

а) создание, развитие и укрепление отношений со всеми клиентами, увеличение выгоды сотрудников компании;

б) создание, развитие и укрепление отношений с тщательно выбранными клиентами, увеличение выгоды клиента, повышение корпоративной прибыли, а значит, и максимизация прибыли инвесторов;

с) создание, развитие и укрепление отношений с поставщиками компании, увеличение их выгоды;

д) оптимизация основных бизнес-процессов компании.

2. Крупные и мелкие компании, работающие в самых разных областях, рассматривают CRM как часть корпоративной стратегии по следующим причинам:

а) новое рыночное мышление признало ограниченность традиционного маркетинга по сравнению с потенциалом стратегий, в большей степени ориентированных на клиента и процессы;

б) современные принципы маркетинга работают на настоящий момент в контексте беспрецедентной технологической модернизации и трансформации рынка;

с) современные высоко конкурентные экономические условия и увеличение масштабов клиентских баз признало ограниченность массового маркетинга;

д) новые технологии позволяют компаниям гораздо точнее нацеливать предложения на выбранные сегменты рынка, микросегменты или даже отдельных клиентов.

3. CRM представляет собой:

а) новые информационные технологии, ориентированные на клиентов компании;

б) новое рыночное мышление, ориентированное на клиента;

с) новую форму ведения бизнеса, ориентированную на сокращение издержек компании;

д) новую корпоративную парадигму, ориентированную на поставщиков.

4. Хотя термин CRM сравнительно нов, стоящие за ним идеи таковыми назвать нельзя: компании издавна использовали различные формы управления взаимоотношениями с клиентами. Современный CRM характеризуется следующим:

а) технологической модернизацией рынка;

б) внедрением стратегий маркетинга взаимоотношений;

с) компании способны индивидуально работать с каждым из тысяч или миллионов своих клиентов;

д) снижением требований со стороны потребителей к предоставляемым им товарам и услугам.

5. Причины появления концепции CRM:

а) снижение и диверсификация конкуренции;

б) развитие и возрастание доступности новых технологий;

с) рост ожиданий потребителя и усиление его роли на рынке;

д) возникновение глобального простора для операций.

6. К возникновению CRM как разновидности менеджмента привело несколько важных тенденций. В их числе:

а) признание выгод от использования информации для упреждения событий, а не только для следования за ними;

б) переход в стратегическом структурировании компании от процессов к функциям;

с) постепенное понимание, что клиенты являются активами бизнеса, а не просто рекламной аудиторией;

д) развитие индивидуальных маркетинговых подходов.

7. Маркетинг на основе взаимоотношений с клиентами отличается от традиционного тем, что:

- a) зарабатывает существенные нематериальные выгоды;
- b) внимание сосредоточено на построении потребительской ценности, чтобы удержать клиента;
- c) предполагает завоевание клиента в каждой конкретной точке продажи;
- d) связан с большими финансовыми издержками и рисками.

8. Какая позиция CRM идет в разрез и свидетельствует о разрыве с традиционным маркетингом? а) клиенты – это рекламная аудитория, которую надо как можно шире охватить всевозможными стимулирующими действиями;

- b) отношения с клиентами поддаются селективному управлению и развитию;
- c) эффективность работы с клиентами напрямую зависит от удовлетворенности сотрудников компании;
- d) отсутствие необходимости компромисса между обслуживанием клиентов и извлечением из них прибыли.

9. Проактивное использование информации в процессе управления отношениями с клиентами означает:

- a) тщательно продуманная и упреждающая работа с клиентами на основе информации о них;
- b) инновации в методах сбора и распределения информации о клиентах внутри компаний;
- c) активный поиск и своевременное устранение причины выявленной неудовлетворенности клиентов;
- d) создание мощных баз данных о клиентах внутри компаний.

10. Две главные IT-составляющие CRM-системы:

- a) репозиторий данных;
- b) витрина данных;
- c) база знаний;
- d) набор приложений, благодаря которым осуществляются операции с клиентами, приносящие добавленную ценность.

11. Какой тип CRM включает в себя поиск, накопление, организацию, интерпретацию и использование данных о клиентах?

- a) операциональный;
- b) аналитический;
- c) совместный;
- d) социальный CRM.

12. Какой тип CRM включает в себя автоматизацию продаж, маркетинга и обслуживания клиентов?

- a) операциональный;
- b) аналитический;
- c) совместный;
- d) социальный CRM.

13. Бизнес-стратегия компании включает в себя:

- a) определение путей развития предприятия, управление творческим взаимодействием функций;
- b) поиск наиболее приемлемых и эффективных путей взаимодействия с клиентами;
- c) поиск путей экономии издержек на привлечение и удержание клиентов;

d) формирование концептуальных идей, которые позволяют менеджерам компании находить пути донесения ценности клиентам.

14. Для определения бизнес-видения используются следующие основные понятия:

- a) цель;
- b) видение потенциала клиентов;
- c) удовлетворенность клиентов;
- d) ценности.

15. Укажите виды сегментации, используемые на рынке B2C:

- a) сегментация по отраслевому признаку;
- b) сегментация по искомой ценности;
- c) сегментация на основе выгод;
- d) сегментация на основе характера пользования.

16. Согласно матрице CRM какой вид стратегической позиции предполагает наличие платформ для интеллектуальной обработки данных и сопутствующих программных приложений?

- a) продукт-ориентированные продажи;
- b) индивидуализированный CRM;
- c) регулируемый сервис и поддержка;
- d) клиент-ориентированный маркетинг.

Критерии оценки тестовых заданий

Критерии	Оценка	Уровень
Обучающийся показывает полное понимание пройденного материала, сформированность способности к абстрактному мышлению, обобщению, комплексному анализу изучаемых экономических процессов	«отлично»	повышенный (продвинутый) уровень
Обучающийся в большинстве случаев показывает понимание пройденного материала, сформированность способности к абстрактному мышлению, обобщению, комплексному анализу изучаемых экономических процессов	«хорошо»	базовый уровень
Обучающийся показывает неполное понимание пройденного материала, способность к абстрактному мышлению, обобщению, комплексному анализу и обоснованию профессиональных решений сформирована только для решения самых простых и базовых экономических задач	«удовлетворительно»	пороговый уровень
Обучающийся показывает непонимание пройденного материала, способность к абстрактному мышлению, обобщению, комплексному анализу изучаемых экономических процессов сформирована на начальном уровне и не может быть использована для решения	«неудовлетворительно»	менее 50%, уровень не сформирован

задач и проблем профессиональной деятельности		
---	--	--

Примерные темы рефератов (ПК-5, ПК-10)

3 Раздел. Управление электронным предприятием

1. Анализ тенденций развития систем управления контентом.
2. Веб-ориентированная информационная архитектура сетевых и несетевых предприятий.

4 Раздел. Моделирование деятельности электронного предприятия

1. Методы разработки информационного содержания фронт-офиса электронного предприятия.
2. Принципы и методы интеграции систем управления контентом с моделями бизнес-процессов.
3. Методы и средства разработки электронных словарей, тезаурусов, онтологий.
4. Модели и методы разработки моделей предметных областей.
5. Модели представления знаний, извлекаемых из корпоративного и коллективного контента.
6. Методы и программное обеспечение для анализа контента.

Критерии оценки рефератов

Критерии	Оценка	Уровень
Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.	«отлично»	повышенный (продвинутый) уровень
Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.	«хорошо»	базовый уровень
Имеются существенные отступления от требований. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы.	«удовлетворительно»	пороговый уровень

Тема освоена лишь частично; допущены грубые ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.	«неудовлетворительно»	менее 50%, уровень не сформирован
---	-----------------------	-----------------------------------

Примеры типовых модульных контрольных работ (ПК-5, ПК-10)

Модульная контрольная работа №1 по разделу: «Управление персоналом электронного предприятия»

1. Лабораторная работа №1

Построение бизнес-модели секторов B2B, B2C для любой социально-экономической системы.

2. Построение бизнес-модели секторов C2C, B2G для любой социально-экономической системы.

3. Основные понятия и категории электронного бизнеса. Схемы ведения сетевого бизнеса. Электронный бизнес – основные понятия. Различия между бизнес-моделями индустриальной экономики и Интернет-экономики.

4. Дать определение бизнес-моделям секторов B2B, B2C, C2C, B2G.

5. Перечислить фазы процесса электронной коммерции.

6. Процесс проведения электронных платежей. Требования к платежным системам.

Виды Интернет-платежей. Расчеты вне электронной сети. Расчеты в рамках электронной сети. Системы электронных платежей и расчетов. Процесс проведения электронных платежей. Виды Интернет-платежей. Привести примеры систем электронных платежей.

Модульная контрольная работа №2

1. Разработка проекта автоматизированной системы управления предприятием типа B2B. Разработка основной идеи и концепции бизнеса.

2. Формулирование целей создания предприятия и модели бизнеса. Определение целей управления предприятием.

3. Разработка модели бизнес-процессов электронного предприятия.

4. Распределение бизнес-процессов между фронт и бэк-офисом предприятия

5. Определение состава задач и функций управления предприятием, системы показателей эффективности управления предприятием.

Разработка имитационной модели для одного из бизнес-процессов.

Критерии оценки

Критерии	Оценка	Уровень
Обучающийся показывает полное понимание пройденного материала, сформированность способности к абстрактному мышлению, обобщению, комплексному анализу изучаемых экономических процессов	«отлично»	повышенный (продвинутый) уровень
Обучающийся в большинстве случаев показывает понимание пройденного материала, сформированность способности к абстрактному мышлению,	«хорошо»	базовый уровень

обобщению, комплексному анализу изучаемых экономических процессов		
Обучающийся показывает неполное понимание пройденного материала, способность к абстрактному мышлению, обобщению, комплексному анализу и обоснованию профессиональных решений сформирована только для решения самых простых и базовых экономических задач	«удовлетворительно»	пороговый уровень
Обучающийся показывает непонимание пройденного материала, способность к абстрактному мышлению, обобщению, комплексному анализу изучаемых экономических процессов сформирована на начальном уровне и не может быть использована для решения задач и проблем профессиональной деятельности	«неудовлетворительно»	менее 50%, уровень не сформирован

Кейс «Запуск омниканального онлайн-магазина на зарубежном рынке» по дисциплине (ПК-5, ПК-10)

Ключевая особенность рынка электронной коммерции Азербайджана – монополия крупных игроков. И запуск онлайн-магазина в условиях такого рынка – задача не из легких. Одно дело – стартап «с правом на ошибку», и совсем другое – проект национального масштаба с соответствующим бюджетом, поднимающий планку очень высоко – ошибки на таком уровне просто недопустимы.

Компания «Integral Plus» долго удерживала лидерские позиции на офлайн-рынке благодаря эксклюзивным правам на продажу техники «Samsung». Но динамика рынка электронной коммерции требует постоянных и решительных действий, отсутствие которых развязывает руки конкурентам. Поэтому руководство «Integral Plus» приняло решение скорректировать стратегию и запустить омниканальный проект, благо в распоряжении компании имела крупная сеть офлайновых магазинов с отлаженным маркетингом и немалым потребительским опытом. Так родилась торговая марка «МАХІ».

О запуске проекта по созданию интернет-магазина для сети «МАХІ» мы и хотим рассказать в этой статье. Выбор объекта не случаен – это проект класса «без права на ошибку». На первый взгляд, ничего экстраординарного в нем нет, однако при ближайшем рассмотрении «архитектура» проекта обнаруживает смелые инновационные решения на прочном технологическом фундаменте. При этом работа над проектом «продиралась» сквозь форс-мажоры, способные убить любую разработку и ставящие под угрозу срыва весь рабочий процесс. С учетом означенных моментов данный проект представляет собой прекрасную иллюстрацию новых возможностей в менеджменте и технологиях, открывающихся при решении задач повышенной сложности в условиях жесткого дедлайна.

Ситуация

Согласно стратегическому маркетинговому замыслу офлайн- и онлайн-направления новой торговой марки «МАХІ» должны были стартовать синхронно. Крупнейший торговый центр Баку «Гянджлик» готовился распахнуть двери магазинов «МАХІ», спроектированных и оборудованных по новейшим западным трендам, а команда департамента онлайн-торговли во главе с Дмитрием Деулиным параллельно готовила альтернативный интернет-канал продаж.

Задачи на разработку

1. Региональные особенности расчетов. У азербайджанцев в ходу таксистские карты – кредитки с подключенными кредитными линиями и сложной системой кредитных ставок: требовалось создать систему расчетов, учитывающую эту специфику.

2. Перспективное масштабирование. Проектное задание предписывало обеспечить рост количества товаров до сотен тысяч. И хотя торговая марка «МАХИ» запускалась только в сегментах электроники, бытовой, офисной и фото-видео техники, в любой момент могли быть добавлены разделы других типов – к примеру, одежда и обувь, а это уже товары с иной моделью учета (цвета, размеры). Техническое задание требовало также предусмотреть возможность продажи услуг и нестандартных товаров, не уменьшая при этом быстродействие, время отклика и скорость загрузки.

3. Работа в режиме marketplace. Marketplace – это онлайн-площадка, торгующая как собственными товарами, так и товарами сторонних владельцев в рамках единого каталога, обеспечивая при этом оформление покупки и передачу деталей сделки конечному владельцу. Проект предусматривал организацию работы именно в таком режиме. Развитие интернет-магазинов по модели marketplace – весьма перспективная тема, поэтому в ближайшей статье «Marketplace – следующий шаг эволюционного развития интернет-магазина» мы дадим анализ этого тренда.

4. Двухязычность проекта. Поскольку в Азербайджане почти 90% населения говорит только на азербайджанском, проект запускался на двух языках.

Старт проекта

Первоначально мы планировали использовать проверенную нами бизнес-модель: быстрый старт, обратная связь, оперативные доработки, добавление нового функционала — непрерывная цепочка циклов разработки и анализа обратной связи.

Но после уточнения условий запуска – одновременный запуск с офлайн-магазинами, максимальный охват аудитории, широкая рекламная компания по всем каналам коммуникаций – мы поняли, что концепция «быстрый старт – пошаговая доработка» в данном случае неприменима. Здесь нам необходимо было выдать полностью законченный продукт.

В качестве платформы для разработки мы выбрали «1С-Битрикс» – у нас были на то веские причины:

1. В нашем арсенале имелась библиотека из сотни с лишним компонентов, проработанных на других проектах «Битрикс»: это были проверенные, отлично зарекомендовавшие себя компоненты для работы со сложным маркетингом, бизнес-процессами, задачами по работе с большими каталогами товаров, интеграционными системами.

2. Заказчик использовал учетную систему «1С-Предприятие», а мы имели опыт тесной интеграции с этой ERP.

3. Менеджеры заказчика уже имели положительный опыт работы с нашей платформой.

4. Ввод товарного ассортимента требовалось начинать максимально быстро, а платформа позволяла заполнять каталог товаров задолго до готовности основного функционала.

Работа шла активными темпами.

Форс-мажор, равносильный катастрофе

Но спустя месяц после старта проекта произошло событие, в корне изменившее всё.

На одной из встреч заказчик сообщил, что отдел маркетинга решил изменить образ будущей торговой марки и разработал новый «бренд-бук», а сроки запуска решено перенести на 2 месяца раньше плановых. В результате над проектом нависла угроза срыва, грозящая перечеркнуть всю проделанную работу!

Как действовали мы в ситуации резкой «смены курса».

Осознав масштаб катастрофы, мы поняли, что сами не справимся. Технологическая часть шла по графику, но создание дизайна с нуля для проекта такого масштаба требовало времени, которым мы не располагали.

К счастью, у нас в активе был опыт работы с ребятами из «SensePro» – нашими партнерами, на которых мы могли полагаться, зная их профессионализм, ответственность и умение «жить» проектом. «SensePro» – компания профессиональных дизайнеров, на счету которых такие небезызвестные в СНГ проекты, как «Донпион», «Ультра», «Тот самый fotos», «SL-IRA». Коллеги согласились прийти на помощь и максимально быстро включились в работу, взяв под контроль разработку нового адаптивного дизайна в назначенный срок и взяв на себя переговоры с заказчиком по всей визуальной части. Со стороны «SensePro» работу возглавила Ирина Копылова.

Психология потребителя в Азербайджане имеет свои нюансы – азербайджанская аудитория ценит удобные и современные сайты так же высоко, как и украинская. Поэтому Ирина приняла решение использовать концепцию «плоского дизайна» с крупными элементами интерфейса – проверенную дизайнерскую концепцию, хорошо зарекомендовавшую себя на рынке Украины и практически обреченную на успех.

Активная стадия: две команды в одном проекте

С учетом сложившейся ситуации был специально разработан бизнес-процесс взаимодействия трех рабочих групп:

1. Команда дизайнеров анализировала требования заказчика, утверждала концепцию каждого модуля проекта и изготавливала прототип.
2. Прототип обсуждался с командой разработчиков по чек-листу – в том числе:
 - каким будет поведение на разных типах контента?
 - Насколько легко реализовать визуальное решение?
 - Можно ли упростить или применить другой кейс?
3. Выпускался финальный дизайн в трех разрешениях – 1366, 768, 320 (и отдельные блоки – в 960), чтобы сайт был удобен для просмотра с любых устройств.
4. Команда разработчиков верстала дизайн, а QA-инженер тестировал кросс-браузерность и кросс-девайсность – для этого использовался специальный софт (хотите узнать больше – запрашивайте) и применялась виртуализация устройств.
5. Сверстанные макеты проходили «дизайнерский контроль» на соответствие (зачастую дизайнер находит немало несоответствий в подобных случаях).
6. Макеты уходили в разработку и обсуждались с заказчиком – в результате функционал начинал работать: каталоги фильтровались, товары покупались, заказы оформлялись.

Такой подход давал нам эффективную производственную схему – каждая команда выполняла функционально заверченный модуль, менеджер команды брал на себя коммуникации с заказчиком и передавал по цепи заверченный результат.

Вопросы к обсуждению:

1. Какие задачи были поставлены для разработки омниканального магазина?
2. С какими проблемами столкнулись разработчики проекта?
3. Назовите перспективы развития омниканального онлайн-магазина.

Критерии оценки

Критерии	Оценка	Уровень
Обучающийся показывает полное понимание пройденного материала, сформированность способности к абстрактному мышлению, обобщению, комплексному анализу изучаемых экономических процессов	«отлично»	повышенный (продвинутый) уровень

Обучающийся в большинстве случаев показывает понимание пройденного материала, сформированность способности к абстрактному мышлению, обобщению, комплексному анализу изучаемых экономических процессов	«хорошо»	базовый уровень
Обучающийся показывает неполное понимание пройденного материала, способность к абстрактному мышлению, обобщению, комплексному анализу и обоснованию профессиональных решений сформирована только для решения самых простых и базовых экономических задач	«удовлетворительно»	пороговый уровень
Обучающийся показывает непонимание пройденного материала, способность к абстрактному мышлению, обобщению, комплексному анализу изучаемых экономических процессов сформирована на начальном уровне и не может быть использована для решения задач и проблем профессиональной деятельности	«неудовлетворительно»	менее 50%, уровень не сформирован

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Вопросы к зачету по дисциплине (ПК-5, ПК-10).

1. Признаки классификации предпринимательской деятельности
2. Общая схема предпринимательской деятельности, цели предпринимательства в Интернет.
3. Модели предпринимательской деятельности в Интернет
4. Обобщенная схема управления предприятием, основные области управления
5. Виды учета на предприятии
6. Планирование деятельности предприятия
7. Системы автоматизации управления ресурсами предприятия в управлении электронными предприятиями: MRP, MRPII, ERP ECM, CSRP
8. Преимущества и недостатки методов управления ресурсами предприятия
9. CSRP - системы
10. Виды торгово-закупочных B2B-систем
11. Основные процессы электронной торговли в секторе B2B
12. Системы управления закупками (e-procurement)
13. Основные элементы системы управления закупками
14. Автоматизация функций процесса закупки
15. Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM – системы)
16. Организация электронно-коммерческого взаимодействия между регионально распределенными дистрибуторами
17. Система полного цикла сопровождения потребителей (CRM-система)
18. Модели организации и управления межорганизационной электронной площадкой
19. Классификация типов межорганизационной электронной деятельности
20. Факторы, определяющие выбор модели межорганизационной электронной площадки

21. Финансово-экономическая модель работы электронной торговой площадки
22. Организационно-правые формы управляющей компании электронной торговой площадки
23. Факторы выбора организационно-правовой формы управляющей компании электронной торговой площадки
24. Функции управления электронной торговой площадкой
25. Функциональная модель управляющей компании электронной площадки
26. Организационная структура управляющей компании электронной площадки
27. Матричный тип организационной структуры Управляющей компании площадки
28. Стадии развития управляющей компании электронной площадки
29. Виды реорганизации электронной торговой площадки
30. Разработка финансово-экономической подсистемы проекта межорганизационной электронной площадки
31. Основные источники доходов управляющей компании электронной площадки
32. Основные расходы управляющей компании электронной площадки
33. Состав задач по внедрению технологической платформы площадки
34. Ключевые показатели деятельности управляющей компании площадки
35. Ключевые факторы успеха проекта создания межорганизационной электронной площадки
36. Виртуальные предприятия Характеристики виртуальной формы организации.
37. Состав задач по созданию виртуального предприятия
38. Технологическая инфраструктура виртуального предприятия
39. Ключевые организационные параметры реализации виртуального предприятия как объединения партнеров по бизнесу
40. Основные функции управления виртуальным предприятием как сетью партнеров
41. Использование интеграции моделей деятельности предприятия при решении задач управления
42. Сферы применения имитационных моделей при решении задач управления предприятием.

Критерии оценки ответов студентов на зачете

«Зачет» ставится, если студент строит свой ответ в соответствии с планом. В ответе представлены различные подходы к проблеме. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры, обнаруживает последовательность анализа. Выводы правильны. Речь грамотна, используется профессиональная лексика. Демонстрирует знание специальной литературы в рамках учебного методического комплекса и дополнительных источников информации.

«Незачет» ставится, если ответ недостаточно логически выстроен, план ответа соблюдается непоследовательно. Студент обнаруживает слабость в развернутом раскрытии профессиональных понятий. Выдвигаемые положения декларируются, но недостаточно аргументируются. Ответ носит преимущественно теоретический характер, примеры отсутствуют.

1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:*

1. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе: учебник для бакалавров [Электронный ресурс] / Л. П. Гаврилов. – Электрон. дан. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 372 с. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/6C66C8E5-2EEA-42FD-BF32-E88489D0289D>.

2. Кобелев, О. А. Электронная коммерция: учебное пособие для студентов вузов / О. А. Кобелев; под ред. С. В. Пирогова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К°, 2013. – 683 с.

3. Одинцов, Б. Е. Информационные системы управления эффективностью бизнеса: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] / Б. Е. Одинцов. – Электрон. дан. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 206 с. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/A776D72A-816A-4037-A427-23F71AF28852>.

4. Романова, Ю. Д. Информационные технологии в управлении персоналом: учебник и практикум для прикладного бакалавриата [Электронный ресурс] / Ю. Д. Романова, Т. А. Винтова, П. Е. Коваль. – 2-е изд., перераб. и доп. – Электрон. дан. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 316 с. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/3056D08D-B82E-4D98-A492-902E2CB1AE7A>.

*Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Информационные технологии в управлении персоналом: учебник и практикум для прикладного бакалавриата: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Ю. Д. Романова, Т. А. Винтова, П. Е. Коваль, П. А. Музычкин; Рос. эконом. ун-т им. Г. В. Плеханова. – Москва: Юрайт, 2015. – 291 с.

2. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.03 «Управление персоналом» / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова; Гос. ун-т управления, Воронежский гос. ун-т. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 300 с.

5.3. Периодические издания:

1. Журнал «Вопросы экономики».
2. Журнал «Инновации».
3. Журнал «Российское предпринимательство».
4. Журнал «Финансы».
5. Журнал «Эксперт».
6. Журнал «Экономист».

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. <http://www.akdi.ru> – Агентство консультаций и деловой информации «Экономика».

2. <http://www.eeg.ru> – макроэкономическая статистика России на сайте экспертной группы Министерства финансов РФ.

3. <http://www.libertarium.ru/libertarium/library> – библиотека Либертариума, где представлены книги и статьи по экономическим наукам, а также труды выдающихся экономистов прошлого и современности;

4. <http://www.econline.hl.ru> – коллекция ссылок на лучшие экономические ресурсы Сети, как англо-, так и русскоязычные. Сайт охватывает широкий круг экономических дисциплин: экономические новости, микроэкономика, макроэкономика, математические

методы в экономике, методология и история экономической мысли, институциональная экономика, Интернет-экономика, международная экономика, экономическая статистика и др.

5. <http://www.beafnd.org> – Фонд «Бюро экономического анализа» (г. Москва).

6. <http://www.economy.gov.ru> – Министерство экономического развития и торговли РФ.

7. <http://www.csr.ru> – Центр стратегических разработок.

8. www.biblioclub.ru Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE». Основу электронной библиотечной системы «Университетская библиотека онлайн» составляют образовательные электронные книги, конспекты лекций, энциклопедии и словари, учебники по различным областям научных знаний, интерактивные тесты, материалы по экспресс-подготовке к экзаменам, карты и репродукции. В ЭБС собраны обширные коллекции книг и материалов по экономике.

10. www.e.lanbook.com Электронная библиотечная система издательства «Лань». Электронно-библиотечная система включает в себя электронные версии книг, вышедших в издательстве «Лань», и коллекции других издательств. Читателям Кубанского государственного университета доступны тематические пакеты в т.ч. «Экономика и менеджмент».

11. <http://www.biblio-online.ru/> Электронная библиотечная система «Юрайт».

12. www.znaniium.com Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM».

13. <https://www.book.ru> Электронная библиотечная система «BOOK.ru».

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Успешное овладение знаниями по дисциплине предполагает постоянную и кропотливую самостоятельную работу студентов на лекциях, семинарах, при подготовке к контрольным работам и т.д. Под самостоятельной работой следует понимать совокупность всей самостоятельной деятельности студентов как в учебной аудитории, так и вне ее, в контакте с преподавателем и в его отсутствие.

Самостоятельная работа реализуется:

1. Непосредственно в процессе аудиторных занятий - на лекциях, практических и семинарских занятиях.

2. В контакте с преподавателем вне рамок расписания - на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.

3. В библиотеке, дома, в общежитии, на кафедре при выполнении студентом учебных и творческих задач.

Запись *лекции* – одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. Данная дисциплина как наука использует свою терминологию, категориальный, графический и экономико-математический аппараты, которыми студент должен научиться пользоваться и применять по ходу записи лекции. Культура записи лекции – один из важнейших факторов успешного и творческого овладения знаниями по современным экономическим проблемам общества. Последующая работа над текстом лекции воскрешает в памяти ее содержание, позволяет развивать экономическое мышление.

Во время лекции студентам необходимо обратить внимание на логику изложения материала преподавателем. Не ждать предложения от преподавателя конспектировать всю лекцию или отдельные ее фрагменты. Пытаться конспектировать самому в удобной для студента форме. Не стремиться записать все дословно, конспектировать необходимо самое главное, основное.

Семинарское занятие по дисциплине – важнейшая форма самостоятельной работы аспирантов над научной, учебной и периодической литературой. Именно на семинарском занятии каждый студент имеет возможность проверить глубину усвоения учебного материала, показать знание категорий, положений и инструментов экономической политики, и уметь их применить для аргументированной и доказательной оценки экономических процессов, происходящих в современном мире. Участие в семинаре позволяет аспиранту соединить полученные теоретические знания с решением конкретных практических задач и моделей в области бизнеса, давать оценку экономическим явлениям, происходящим в стране и мире.

К внеаудиторной самостоятельной работе относится:

- подготовка и написание рефератов, докладов и других письменных работ на заданные темы;
- выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это - решение задач; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.;
- выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие самостоятельности и инициативы.

Для успешного усвоения курса важное значение имеет самостоятельная работа с книгой. Студент не должен допускать чтение материала выборочно или «по диагонали», поскольку в этом случае огромное количество необходимой информации остается вне внимания.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень необходимого программного обеспечения.

При изучении дисциплины «Управление электронным предприятием» используется следующее программное обеспечение: Microsoft Windows 8, 10.

8.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

1. <http://www.consultant.ru/> – «КонсультантПлюс» – общероссийская сеть распространения правовой информации.
2. <http://www.elibrary.ru/> – Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для проведения занятий по дисциплине «Управление электронным предприятием», предусмотренной учебным планом подготовки студентов, имеется необходимая материально-техническая база, соответствующая действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам:

- лекционная аудитория, оснащенная мультимедийными проекторами с возможностью подключения к Wi-Fi, документ-камерой, маркерными досками для демонстрации учебного материала;
- специализированные компьютерные классы с подключенным к ним периферийным устройством и оборудованием;

– аппаратное и программное обеспечение (и соответствующие методические материалы) для проведения самостоятельной работы по дисциплине.

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО). Номер ауд. 5041 л
2.	Семинарские занятия	Аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО). Номер ауд. 5040 л
3.	Промежуточная аттестация	Аудитория (кабинет). Номер ауд. 5040 л
4.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Номер ауд. 213а

Перечень необходимых информационных справочных систем и профессиональных баз данных

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, профессиональным справочным и поисковым системам:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система <http://www.consultant.ru>;
2. База данных международных индексов научного цитирования Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>;
3. База данных рефератов и цитирования [Scopus](http://www.scopus.com/) <http://www.scopus.com/>;
4. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>;
5. База открытых данных Росфинмониторинга <http://fedsfm.ru/opendata>;
6. База открытых данных Росстата <http://www.gks.ru/opendata/dataset>;
7. База открытых данных Управления Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и Республике Адыгея http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krsdstat/ru/statistics/krsndStat/db/;
8. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>;
9. Электронная Библиотека Диссертаций <https://dvs.rsl.ru>;
10. Научная электронная библиотека КиберЛенинка <http://cyberleninka.ru/>

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу «Управление электронным предприятием»
по направлению подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика»,
квалификации «Бакалавр»,
разработчик: к.э.н., доцент Е.А. Авдеева

Рецензируемая рабочая программа, выполнена в соответствии с ФГОС ВО третьего поколения и предусматривает все необходимые компоненты подготовки бакалавра по заявленному направлению. Дисциплина «Управление электронным предприятием», вариативного блока учебного плана ориентирована на фундаментальное исследование теоретических знаний в области экономики инноваций и освоение бакалаврами практических навыков решения проблем в области организации и управления процессами создания и коммерциализации технологических инноваций. Сформулированные в программе цели и задачи в полной мере находят реализацию в ее дальнейших разделах. Содержание и структура дисциплины, тематический план ее освоения полностью охватывают проблемные вопросы курса. Практические занятия, рассчитанные на широкое использование интерактивных форм освоения дисциплины, дают возможность бакалаврам освоить инструментарий оценки затрат и результатов инноваций, что в значительной мере обеспечивает их специальную подготовку.

Самостоятельное изучение разделов дисциплины направлено на усвоение системы научных и профессиональных знаний, формирование умений и навыков, приобретение опыта самостоятельной творческой деятельности. Оно помогает формировать культуру мышления бакалавров, расширять познавательную деятельность. Примерная тематика самостоятельной работы включает изучение литературы, конспектирование рекомендуемой для самостоятельного изучения научной литературы, написание рефератов, эссе, решение задач, тестов, работа с обучающими и контролирующими программами.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации полностью соответствуют требованиям ФГОС. Учебно-методическое обеспечение дисциплины находится на высоком уровне. Программное и материально-техническое обеспечение дисциплины - полное.

В соответствии с вышеизложенным, оцениваю программу положительно, и рекомендую принять к реализации в ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» для подготовки бакалавров по направлению «Бизнес-информатика».

Декан экон.ф-та, зав. каф. мировой экономики и менеджмента
ФГБОУ ВО КубГУ,

д. э.н., проф.



Шевченко И.В.

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу
«Управление электронным предприятием»
по направлению 38.03.05 – Бизнес-информатика, квалификации
«Бакалавр», разработчик к.э.н., доцент Авдеева Е.А.

Рабочая программа «Управление электронным предприятием» выполнена в соответствии с ФГОС ВО третьего поколения и предусматривает все необходимые компоненты подготовки бакалавра по заявленному направлению. Содержание и структура дисциплины, тематический план ее освоения полностью охватывают проблемные вопросы курса. Лекционные и практические занятия рассчитаны на широкое использование интерактивных форм освоения дисциплины, изучение в определенной последовательности основных понятий, системы знаний о роли и месте инновационной деятельности в современном экономическом развитии страны; об опыте внедрения различных нововведений зарубежных и отечественных фирм; о процессах принятия и реализации управленческих решений в области создания и управления электронным предприятием. Сформулированные в программе цели и задачи в полной мере находят реализацию в ее дальнейших разделах.

Самостоятельная работа направлена на усвоение системы научных и профессиональных знаний, формирование умений и навыков, приобретение опыта самостоятельной творческой деятельности, помогает формировать культуру мышления студентов, расширять познавательную деятельность. В рецензируемой программе предусмотрена реализация компетентного подхода, который основан на широком использовании в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, в числе которых семинары в диалоговом режиме, дискуссии, разбор конкретных ситуаций. Это в достаточной мере согласуется с задачами подготовки бакалавров данного образовательного направления. Используемые образовательные технологии в полной мере отвечают требованиям, предъявляемым к выпускникам программ подготовки бакалавров. Материально-техническое обеспечение курса не вызывает нареканий.

На основании вышеизложенного оцениваю программу положительно и рекомендую для реализации в подготовке бакалавров по направлению «Бизнес-информатика».

Директор Краснодарского ЦНТИ –
филиала ФГБУ «Российское
энергетическое агентство» Минэнерго РФ,
д-р экон. наук



 В.И. Ксенофонтов