

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Факультет - ЭКОНОМИЧЕСКИЙ

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе,  
качеству образования – первый  
проректор

(подпись)

«31» \_\_\_\_\_ 2024



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Б1.О.14 ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС

Направление подготовки/специальность 38.03.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль) / специализация Бизнес в цифровой экономике

Форма обучения очная

Квалификация бакалавр

Краснодар 2024

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

Программу составил(и):

Е.В. Бочкова, доцент, к.э.н., доц.



Рабочая программа дисциплины «Электронный бизнес» утверждена на заседании кафедры теоретической экономики  
протокол № 9 «2» апреля 2024 г.

Заведующий кафедрой Сидоров В.А.



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета

протокол № 9 «14» мая 2024 г.

Председатель УМК факультета Дробышевская Л.Н.



Рецензенты:

Шевченко И.В., д.э.н., профессор, декан экономического факультета КубГУ.

Ксенофонтов В.И., д.э.н., профессор, директор Краснодарского ЦНТИ - филиала ФГБУ РЭА Минэнерго РФ.

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины: формирование у студентов представления об общих принципах, моделях, продуктах и технологиях электронного бизнеса, о современном состоянии электронного бизнеса и важнейших перспективах его развития.

#### Задачи дисциплины.

##### Задачи освоения дисциплины:

- изучение основных направлений электронного бизнеса;
- рассмотрение перспектив развития и проблем каждого из направлений, а также законодательных и правовых вопросов;
- изучение основных подходов к организации и планированию предприятий в различных сферах электронного бизнеса;
- изучение вопросов, связанных с построением эффективной инфраструктуры предприятий электронной коммерции;
- выработка умений в области разработки, построения и функционирования Интернет-проектов.

### 1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.О.14 «Электронный бизнес» относится к *обязательной части* Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом. Дисциплина изучается на 1 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации экзамен.

Дисциплина «Электронный бизнес» предусматривает использование знаний, полученных в ходе изучения следующих дисциплин: Основы бизнеса, Общая экономическая теория.

Знания, полученных в ходе изучения дисциплины «Электронный бизнес» используются в ходе изучения курсов: Цифровая экономика, Бизнес-модели на цифровых рынках, Интернет-маркетинг.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-3.

| Код и наименование индикатора достижения компетенции   | Результат обучения по дисциплине   |
|--|--|
| <b>ОПК-3 Способен управлять процессами создания и использования продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий, в том числе разрабатывать алгоритмы и программы для их практической реализации;</b> |  |
| ИОПК-3.2 Применяет навыки создания и использования продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий   | ЗИОПК-3.2 Знает основные виды продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий<br>Знает способы и механизмы использования продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий |
|  | УИОПК-3.2 Умеет исследовать и анализировать рынки ИКТ<br>Умеет разрабатывать и анализировать технические решения для создания различных продуктов и услуг в сфере ИКТ  |
|  | ВИОПК-3.2 Владеет навыками разработки  |

|  |  |
|--|--|
|  | продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий<br>Владеет навыками взаимодействия с потребителями в Интернете |
|--|--|

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

## 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.

| Вид учебной работы   | Всего часов | Семестры    |
|--|-------------|-------------|
|  |             | 2 семестр   |
| <b>Контактная работа, в том числе:</b>   | <b>40,3</b> | <b>40,3</b> |
| <b>Аудиторные занятия (всего)</b>  | <b>36</b>   | <b>36</b>   |
| занятия лекционного типа   | 18          | 18          |
| семинарские (практические) занятия   | 18          | 18          |
| <b>Иная контактная работа:</b>   | 4,3         | 4,3         |
| Контроль самостоятельной работы (КСР)  | 4           | 4           |
| Промежуточная аттестация (ИКР)   | 0,3         | 0,3         |
| <b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>  | <b>41</b>   | <b>41</b>   |
| <i>Курсовая работа</i>   | -           | -           |
| <i>Контрольная работа</i>  | -           | -           |
| <i>Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i> | 10          | 10          |
| <i>Реферат (эссе)</i>  | 10          | 10          |
| Подготовка к текущему контролю   | 21          | 21          |
| <b>Контроль:</b>   | -           | -           |
| Подготовка к экзамену  | 26,7        | 26,7        |
| <b>Общая трудоёмкость час</b>  | <b>108</b>  | <b>108</b>  |
| <b>в том числе контактная работа</b>   | <b>40,3</b> | <b>40,3</b> |
| <b>зач. ед.</b>  | <b>3</b>    | <b>3</b>    |

### 2.2 Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 2 семестре (ОФО)

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов |                   |    |    |                        |
|-----------|-----------------------|------------------|-------------------|----|----|------------------------|
|           |                       | Всего            | Аудиторная работа |    |    | Самостоятельная работа |
|           |                       |                  | Л                 | ПЗ | ЛР |                        |
| 1         | 2                     | 3                | 4                 | 5  | 6  | 7                      |
|           |                       |                  |                   |    |    |                        |

| № раздела | Наименование разделов  | Количество часов |                   |           |    |                        |
|-----------|--|------------------|-------------------|-----------|----|------------------------|
|           |  | Всего            | Аудиторная работа |           |    | Самостоятельная работа |
|           |  |                  | Л                 | ПЗ        | ЛР |                        |
| 1.        | Сущность и основные понятия электронного бизнеса.<br>Инфраструктура электронного бизнеса | 14               | 4                 | 4         | -  | 6                      |
| 2.        | Системы электронного бизнеса   | 14               | 4                 | 4         | -  | 6                      |
| 3.        | Интернет-банкинг и электронные платёжные системы (ЭПС)                                   | 14               | 4                 | 4         | -  | 6                      |
| 4.        | Интернет-маркетинг   | 10               | 2                 | 2         | -  | 6                      |
| 5.        | Интернет-реклама   | 12               | 2                 | 2         | -  | 8                      |
| 6.        | Интернет-брендинг  | 13               | 2                 | 2         | -  | 9                      |
|           | <i>Итого по разделам дисциплины</i>  | 77               | <b>18</b>         | <b>18</b> | -  | <b>41</b>              |
|           | <i>Контроль самостоятельной работы (КСР)</i>   | 4                | -                 | -         | -  | -                      |
|           | <i>Промежуточная аттестация (ИКР)</i>  | 0,3              | -                 | -         | -  | -                      |
|           | <i>Контроль</i>  | 26,7             | -                 | -         | -  | -                      |
|           | <i>Общая трудоемкость по дисциплине</i>  | 108              | -                 | -         | -  | -                      |

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

## 2.3 Содержание разделов дисциплины

### 2.3.1 Занятия лекционного типа

| №  | Наименование раздела   | Содержание раздела  | Форма текущего контроля |
|----|--|---|-------------------------|
| 1  | 2  | 3   | 4                       |
| 1. | Сущность и основные понятия электронного бизнеса.<br>Инфраструктура электронного бизнеса | Понятие электронного бизнеса.<br>История электронного бизнеса.<br>Структура рынка электронного бизнеса. Базовые технологии электронного бизнеса               | Т; Р                    |
| 2. | Системы электронного бизнеса   | Модель В2В. Модель В2С.<br>Модель С2С. Модель С2В.<br>Модель G2С. Модель G2G.<br>Модель G2В. Модель С2G. Модель В2G.  | Т; Р                    |
| 3. | Интернет-банкинг и электронные платёжные системы (ЭПС) финансами                         | Виды электронных систем взаиморасчетов. Пластиковые карты. Технологии снижения рисков платежных систем в Интернете. Интернет-банкинг. Электронные деньги. ЭПС | Т; Р                    |
| 4. | Интернет-маркетинг   | Понятие и сущность интернет-маркетинга. Цели и задачи интернет-маркетинга. Виды интернет-маркетинга. Проведение маркетинговых исследований в                  | Т; Р                    |

|    |                   |   |      |
|----|-------------------|---|------|
|    |                   | Интернете. Маркетинговые коммуникации в Интернете. Оценка эффективности мероприятий интернет-маркетинга.  |      |
| 5. | Интернет-реклама  | Понятие и сущность интернет-рекламы. Виды интернет-рекламы. Показатели эффективности интернет-рекламы. Таргетинг и ретаргетинг. Воронка продаж. | T; P |
| 6. | Интернет-брендинг | Понятие и сущность интернет-брендинга. Особенности интернет-брендинга. Инструменты интернет-брендинга. Эффективность интернет-брендинга.        | T; P |

### 2.3.2 Практические занятия

| № | Наименование темы раздела   | Тематика занятий/работ  | Форма текущего контроля |
|---|---|---|-------------------------|
| 1 | 2   | 3   | 4                       |
| 1 | Сущность и основные понятия электронного бизнеса. Инфраструктура электронного бизнеса | Понятие электронного бизнеса. История электронного бизнеса. Структура рынка электронного бизнеса. Базовые технологии электронного бизнеса   | Опрос; P                |
| 2 | Системы электронного бизнеса  | Модель B2B. Модель B2C. Модель C2C. Модель C2B. Модель G2C. Модель G2G. Модель G2B. Модель C2G. Модель B2G.   | Опрос; P                |
| 3 | Интернет-банкинг и электронные платёжные системы (ЭПС) финансами                      | Виды электронных систем взаиморасчетов. Пластиковые карты. Технологии снижения рисков платежных систем в Интернете. Интернет-банкинг. Электронные деньги. ЭПС   | Опрос; P                |
| 4 | Интернет-маркетинг  | Понятие и сущность интернет-маркетинга. Цели и задачи интернет-маркетинга. Виды интернет-маркетинга. Проведение маркетинговых исследований в Интернете. Маркетинговые коммуникации в Интернете. Оценка эффективности мероприятий интернет-маркетинга. | Опрос; P                |
| 5 | Интернет-реклама  | Понятие и сущность интернет-рекламы. Виды интернет-рекламы. Показатели эффективности интернет-рекламы. Таргетинг и ретаргетинг. Воронка   | Опрос; P                |

|   |                   |  |          |
|---|-------------------|--|----------|
|   |                   | продаж.  |          |
| 6 | Интернет-брендинг | Понятие и сущность интернет-брендинга. Особенности интернет-брендинга. Инструменты интернет-брендинга. Эффективность интернет-брендинга. | Опрос; Р |

### 2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены учебным планом

## 2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

| № | Вид самостоятельной работы   | 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). | <p>Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ (Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г.)<br/> <a href="http://docspace.kubsu.ru/docspace/handle/1/1120">http://docspace.kubsu.ru/docspace/handle/1/1120</a></p> <p>Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа (Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г.)<br/> <a href="http://docspace.kubsu.ru/docspace/handle/1/1119">http://docspace.kubsu.ru/docspace/handle/1/1119</a></p> <p>Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся (Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г.)<br/> <a href="http://docspace.kubsu.ru/docspace/handle/1/1126">http://docspace.kubsu.ru/docspace/handle/1/1126</a></p> |

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 лекции, практические занятия, консультации являются ведущими формами обучения в рамках лекционно-семинарской образовательной технологии.

Лекции излагаются в виде презентации с использованием мультимедийной аппаратуры. Данные материалы в электронной форме передаются студентам.

Основной целью практических занятий является разбор практических ситуаций. Дополнительной целью практических занятий является контроль усвоения пройденного материала. На практических занятиях также осуществляется проверка выполнения заданий.

При проведении практических занятий участники готовят и представляют (с использованием программы Power Point) небольшие сообщения по наиболее важным теоретическим аспектам текущей темы, отвечают на вопросы преподавателя и других слушателей. В число видов работы, выполняемой слушателями самостоятельно, входят: 1) поиск и изучение литературы по рассматриваемой теме; 2) поиск и анализ научных статей, монографий по рассматриваемой теме; 3) подготовка реферативных обзоров; 4) подготовка презентации.

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: при реализации различных видов учебной работы (лекций и практических занятий) используются следующие образовательные технологии: дискуссии, презентации, конференции. В сочетании с внеаудиторной работой они 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 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.

### **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.

### Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

| № п/п | Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)   | Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)  | Наименование оценочного средства |                          |
|-------|---|--|----------------------------------|--------------------------|
|       |   |  | Текущий контроль                 | Промежуточная аттестация |
| 1     | ИОПК-3.2<br>Применяет навыки создания и использования продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий | ИОПК-3.2 3.1 Знает основные виды продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий<br>3.2 Знает способы и механизмы использования продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий<br>ИОПК-3.2 У.1 Умеет исследовать и анализировать рынки ИКТ<br>У.2 Умеет разрабатывать и анализировать технические решения для создания различных продуктов и услуг в сфере ИКТ<br>ИОПК-3.2 В.1 Владеет навыками разработки продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий<br>В.2 Владеет навыками взаимодействия с потребителями в Интернете | Реферат, опрос, тестовые задания | Вопрос на экзамене 1-40  |

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Тематика рефератов**

1. Электронный бизнес как направление конкурентной борьбы.
2. Применение методологии системы сбалансированных показателей к построению стратегии развития ИКТ на предприятии.
3. Финансовая и клиентская составляющие ССП в условиях электронного бизнеса.
4. Составляющие внутренних бизнес-процессов и персонала в ССП в условиях электронного бизнеса
5. Факторы, определяющие качество веб-сайта с точки зрения электронного бизнеса.
6. Методика аудита веб-сайта с целью повышения его качества.
7. Связь веб-сайта с внутренними бизнес-процессами.
8. Направления интернет-маркетинга.
9. Проблемы веб-оптимизации.
10. Сравнительная характеристика различных способов продвижения сайтов.
11. Партнерские программы как способ продвижения бизнеса в интернете.
12. Факторы, определяющие роль клиентов с точки зрения электронного бизнеса.
13. Методика оценки ориентированности бизнеса на клиентов с целью повышения конкурентоспособности.
14. Программные решения в развитие клиент-ориентированного электронного бизнеса.
15. Клиент-ориентированная стратегия развития в условиях электронного бизнеса.
16. Определение CRM и примеры использования CRM.
17. Программное обеспечение систем CRM
18. Применение методологии IDEF в создании и развитие систем электронного бизнеса.
19. Практика применения модели конечных автоматов в проектировании сценариев электронной торговли.
20. Программное обеспечение, поддерживающее моделирование бизнес-процессов
21. Краткая характеристика существующих тиражируемых систем.
22. Особенности внедрения и взаимодействия индивидуальных и «коробочных» решений в условиях развития систем автоматизации учета, планирования, управления и документооборота.
23. Понятие SCM и его особенности в условиях электронного бизнеса.
24. Программное обеспечение взаимоотношений с поставщиками.
25. Оптимизация бизнеса с помощью развития систем SCM
26. Факторы, влияющие на успех стартапа
27. Анализ рисков принятия решений в области разработки и развития систем электронного бизнеса.
28. Примеры успешных проектов в области электронного бизнеса.
29. Структура и содержание бизнес-плана
30. Источники финансирования стартапов.
31. Перспективы развития стартапа

**Критерии оценки реферата**

Оценка «отлично» ставится, если 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, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

#### **Примерные вопросы для проведения опроса**

1. Дайте определение понятиям «электронный бизнес» и «электронная коммерция».
2. Какие экономические выгоды получают участники электронных коммерческих сделок?
3. Опишите основные отличия электронной коммерции от традиционной.
4. Каким образом изменяется бизнес-деятельность предприятия с переходом к электронной коммерции?
5. Перечислите и опишите виды электронного бизнеса, действительно приносящие прибыль.
6. Каковы правовые аспекты электронного бизнеса в России?
7. Дайте определение понятию «европейское право».
8. Какие понятия сформулированы в директиве Европейского союза о правовых основах Европейского сообщества?
9. Каковы принципы использования электронной подписи?
10. На каких принципах основана сертификация?
11. При соблюдении каких условий совершаются платежи в системе электронной коммерции?
12. Что такое дебетовые системы?
13. Как происходит платеж в дебетовых системах?
14. Что такое «электронные деньги»?
15. Назовите основные элементы, характеризующие электронные деньги.
16. Основные тенденции интернет-маркетинга и их динамика.
17. Результаты статистических исследований использования Интернета в России и мире.
18. Основные термины интернет-маркетинга.
19. Этапы построения взаимоотношений с посетителями в интернет-маркетинге.
20. Проведите сравнительный анализ достоинств и недостатков проведения маркетинговых исследований традиционным способом и в сети Интернет.

#### **Критерии оценки ответов на вопросы**

**Оценка «отлично»** – логично изложено содержание ответа на вопрос, при этом выявленные знания примерно соответствовали объему и глубине их раскрытия не только в учебнике, но и дополнительных информационных источниках; правильно использована научная терминология в контексте ответа; объяснены причинно-следственные и функциональные связи процессов, явлений; обнаружены умения раскрывать на примерах относящиеся к вопросу теоретические положения и понятия; показаны умения формулировать на основе приобретенных знаний собственные суждения и аргументы по определенным проблемам; проявлены умения сравнивать процессы, концепции, выявляя их общие черты и различия; выстроен ответ логично, последовательно.

Степень проявления каждого из перечисленных умений определяется содержанием вопроса.

**Оценка «хорошо»** – студент допустил малозначительные ошибки, или недостаточно полно раскрыл содержание вопроса, а затем не смог в процессе беседы

самостоятельно дать необходимые поправки и дополнения, или не обнаружил какое-либо из необходимых для раскрытия данного вопроса умение.

**Оценка «удовлетворительно»** – в ответе допущены значительные ошибки, или в нем не раскрыты некоторые существенные аспекты содержания, или студент не смог показать необходимые умения.

**Оценка «неудовлетворительно»** – в ответе допущены значительные ошибки, свидетельствующие о недостаточном уровне подготовки учащегося.

## Примеры тестовых заданий

### Вариант 1

1. *Электронный бизнес – это:*

- а) любая деловая активность, при которой преобразование внешних и внутренних коммуникаций компании с внешним миром происходит с помощью глобальной сети;
- б) бизнес-процессы, возникающие в сфере интернет-торговли;
- в) система электронной коммерции и торговли.

2. *Что представляет собой понятие «НЕТИКЕТ»:*

- а) сетевой этикет, совокупность правил поведения в Интернете;
- б) противоположность этикета;
- в) какое-либо правило поведения в обществе.

3. *Что представляет собой HTML:*

- а) язык разметки и форматирования гипертекста на Web-странице;
- б) программа создания презентаций;
- в) язык программирования C++;
- г) текстовый процессор.

4. *Internet-система, ориентированная на обслуживание расчетов между юридическими лицами, которые выступают в роли продавцов и покупателей:*

- а) B2B;
- б) B2C;
- в) B2A;
- г) C2C.

5. *Internet-система, ориентированная на обслуживание расчетов между юридическими лицами (продавцами) и физическими лицами (покупателями):*

- а) B2B;
- б) B2C;
- в) B2A;
- г) C2C.

6. *Участник платежной системы, который обеспечивает общее руководство платежной системой в плане текущей деятельности и в плане развития системы:*

- а) центр;
- б) эмитент;
- в) эквайрер;
- г) процессинговый центр;
- д) торговые точки;
- е) клиенты.

7. *Кто из участников платежной системы возмещает денежные средства эквайреру:*

- а) центр;

- б) эмитент;
- в) эквайрер;
- г) процессинговый центр;
- д) торговые точки;
- е) клиенты.

8. Механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу только ей, называется:

- а) контент;
- б) таргетинг;
- в) целевая страница;
- г) cookie.

9. Небольшая порция текстовой информации, которую сервер передает браузеру (позволяет отслеживать повторные визиты посетителей на сайт):

- а) контент;
- б) таргетинг;
- в) целевая страница;
- г) cookie.

10. Активная веб-страница, на которую переходит пользователь при клике на объявлении:

- а) контент;
- б) таргетинг;
- в) целевая страница;
- г) cookie.

## **Вариант 2**

1. Тип сайтов, на которых возможно не только получить полную информацию о фирме, перечне ее товаров и услуг, но заказать и оплатить товар через Internet:

- а) виртуальная витрина;
- б) агентство коммерческой информации;
- в) internet-барахолка (электронные доски объявлений);
- г) internet-аукцион;
- д) виртуальный магазин;
- е) электронное правительство.

2. К основным рискам, возникающим в сфере электронной коммерции, относится:

- а) воздействие компьютерных вирусов;
- б) перехват данных;
- в) невысокая ценность коммерческой информации;
- г) неправильная идентификация пользователей.

3. Персональный компьютер, который потребляет выделенные ресурсы и пользуется услугами, предоставляемыми серверами приложений и баз данных:

- а) протокол;
- б) браузер;
- в) топология;
- г) сервер;
- д) рабочая станция.

4. Аудитория Рунет – это количество пользователей, которые подключаются к Internet с компьютера, находящегося в персональном использовании:

- а) не реже раза в день;
- б) не реже раза в неделю;
- в) не реже раза в месяц.

5. Задачей модели B2B НЕ является:

- а) организация взаимодействия между предприятиями;
- б) построение защищённых надёжных каналов обмена информацией;
- в) корпоративное обновление.

6. У кого из участников традиционной платежной системы размещены картсчета клиентов:

- а) центр;
- б) эмитент;
- в) эквайрер;
- г) процессинговый центр;
- д) торговые точки;
- е) клиенты.

7. Кто из участников традиционной платежной системы возмещает денежные средства торговым точкам за товары и услуги, оплаченные картами данной системы:

- а) центр;
- б) эмитент;
- в) эквайрер;
- г) процессинговый центр;
- д) торговые точки;
- е) клиенты.

8. Выберите, для какой поведенческой категории пользователей в социальных сетях необходимо вести комьюнити-менеджмент:

- а) генерация контента;
- б) участие в дискуссиях;
- в) пассивные наблюдатели.

9. Выберите, для какой поведенческой категории пользователей в социальных сетях необходимо самостоятельно транслировать информацию и создавать активность:

- а) генерация контента;
- б) участие в дискуссиях;
- в) пассивные наблюдатели.

10. Выберите, для какой поведенческой категории пользователей необходимо создать сеть сообществ, оформить их, наполнить начальным контентом, а дальше пользователи сами их оживят:

- а) генерация контента;
- б) участие в дискуссиях;
- в) пассивные наблюдатели.

### **Вариант 3**

1. Первые мировые системы для ведения электронного бизнеса были разработаны:

- а) 1960 г.;
- б) 1991 г.;

в) 1995 г.;

2. Преимуществом электронной коммерции является:

- а) глобальное присутствие;
- б) исследование рынка с помощью инновационных технологий;
- в) степень новизны деятельности предприятия в системе электронной коммерции.

3. К основным формам электронного бизнеса **НЕ** относится:

- а) модель B2B;
- б) модель B2C;
- в) модель C2Z.

4. Что представляет собой электронная торговая площадка:

- а) место, где заключаются сделки купли-продажи между предприятиями-покупателями и продавцами;
- б) место, где отслеживаются сделки;
- в) место, где контролируются сделки купли-продажи.

5. Модель *business-to-consumer* (B2C) предполагает:

- а) возможность предпринимателю самостоятельно устанавливать ценовую политику на услуги и товары;
- б) розничную сеть, т. е. работу непосредственно с потребителями продукции;
- в) продажу товаров и услуг не между компанией и потребителем, а между разными покупателями.

6. Кто из участников традиционной платежной системы наносит информацию на карты данной системы (эмбоссирует символы и записывает информацию на магнитную полосу или чип):

- а) центр;
- б) эмитент;
- в) эквайрер;
- г) процессинговый центр;
- д) торговые точки;
- е) клиенты.

7. Кто из участников традиционной платежной системы является владельцем картсчетов и выступает в качестве покупателей:

- а) центр;
- б) эмитент;
- в) эквайрер;
- г) процессинговый центр;
- д) торговые точки;
- е) клиенты.

8. Работа на профильных интернет-ресурсах с большими группами людей, объединенных по каким-либо общим интересам (открытие новых тем обсуждений, создание им начального импульса и направление обсуждения в нужное русло):

- а) контент-менеджмент;
- б) комьюнити-менеджмент;
- в) стратегический менеджмент.

9. Оптимизация под социальные медиа – это работа на личном сайте с тем контентом, который на этом сайте размещен:

- а) SMM;
- б) SMO;
- в) SEO.

*10. Комплекс мер, направленных на продвижение продукта в социальных сетях, как правило, при проведении комплекса мероприятий на чужих площадках (форумах, блогах, сайтах, чатах, новостных ресурсах и др.):*

- а) SMM;
- б) SMO;
- в) SEO.

#### **Критерии оценки тестовых заданий:**

При наличии 10 вопросов в тесте:

9-10 правильных ответов – оценка 5;

7-8 правильных ответов – оценка 4;

5-6 правильных ответов – оценка 3;

0-4 правильных ответов – оценка 2

## **4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации**

### **Экзаменационные вопросы**

1. Основные понятия и категории электронного бизнеса. Модели электронного бизнеса.
2. Преимущества и недостатки электронного бизнеса (как для потребителя, так и для производителя).
3. Проблемы электронного бизнеса в России и пути их решения.
4. Перспективы развития электронной торговли в России.
5. Инфраструктура электронного бизнеса: понятие и составляющие компоненты.
6. Понятие и структура интернет-магазина. История возникновения интернет-магазинов.
7. Виды интернет-магазинов. Посетители интернет-магазинов и их характеристики.
8. Виды предпринимательской деятельности и услуг в сфере электронной коммерции.
9. Системы электронных платежей и расчетов.
10. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в сфере финансовых услуг.
11. Правовое регулирование электронного бизнеса в России. Основные проблемы.
12. Содержание интернет-рекламы и ее особенности.
13. Этапы взаимодействия пользователя с рекламой. Виды интернет-рекламы.
14. Экономическая характеристика Интернета в России.
15. Преимущества и недостатки интернет-маркетинга.
16. Методы и средства проведения рекламных кампаний.
17. Показатели эффективности интернет-рекламы.
18. Интернет-банкинг: понятие, сущность, инфраструктура.
19. Интернет-брендинг: понятие, сущность. Стратегии и-брендинга.
20. Понятие платежной системы. Инфраструктура платежной системы.
21. Преимущества и недостатки интернет-банкинга.
22. Веб-сайт как основа бизнеса в сети Интернет.
23. Оценка эффективности веб-сайта фирмы.
24. Этапы разработки продвижения сайта интернет-магазина.
25. Правовое регулирование электронного бизнеса за рубежом.
26. Практика развития интернет-банкинга за рубежом.
27. Электронная цифровая подпись: основные операции стандарты.
28. Основные способы защиты электронных транзакций. Управление ключами.
29. Проблемы безопасности платежных Интернет-систем.
30. Назначение и архитектура систем «Клиент-Банк».



31. Технологии безналичных электронных расчетов на основе пластиковых карт. Расчеты банковскими картами в Интернет.
32. Специфика конкурентной среды на рынке электронной коммерции.
33. Роль и использование поисковых систем в электронной коммерции. Поисковая оптимизация.
34. Программа Электронная Россия: этапы развития.
35. Особенности внедрения Интернет-технологий в систему российского образования.
36. Авторское право в электронной коммерции. Особенности законодательства в различных зарубежных странах.
37. Интернет-страхование: понятие и сущность.
38. Интернет-рекрутинг. Интернет-инкубаторы.
39. Программы электронизации в ведущих зарубежных странах.
40. Явление «киберпреступность» и способы борьбы с ней.

Пример экзаменационного билета

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Кафедра теоретической экономики  
Направление подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика»  
2021-2022 уч. год  
Дисциплина «Электронный бизнес»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Основные понятия и категории электронного бизнеса. Модели электронного бизнеса.
2. Практика развития интернет-банкинга за рубежом.

Заведующий кафедрой  
теоретической экономики, д. э. н., проф. В.А. Сидоров

### Критерии оценки ответов студентов на экзамене

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <b>Оценка<br/>«отлично»</b>           | Дан полный, развернутый ответ на поставленные вопросы, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание по дисциплине демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком с использованием специальных терминов. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа. |
| <b>Оценка<br/>«хорошо»</b>            | Дан полный, развернутый ответ на поставленные вопросы, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком с использованием специальных терминов. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.   |
| <b>Оценка<br/>«удовлетворительно»</b> | Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не  |

способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть значение обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

**Оценка  
«неудовлетворительно»**

Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная, экономическая терминология не используется. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента.

## **5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий**

### **5.1 Учебная литература**

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14897-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/485411> (дата обращения: 12.08.2021).

2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425884> (дата обращения: 12.08.2021).

3. Кетько, Н. В. Электронный бизнес : учебное пособие / Н. В. Кетько, А. В. Копылов, Н. Н. Скитер. — Волгоград : ВолгГТУ, 2020. — 80 с. — ISBN 978-5-9948-3612-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/157201> (дата обращения: 12.08.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие для вузов / А. Г. Сковиков. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2021. — 260 с. — ISBN 978-5-8114-6857-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/152653> (дата обращения: 12.08.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

### **5.2. Периодическая литература**

1. Деньги и кредит
2. Comptetega.
3. Российский экономический журнал
4. Финансовые известия
5. Экономика и жизнь
6. Экономист
7. Эксперт

### **5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

**Электронно-библиотечные системы (ЭБС):**

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» [www.znanium.com](http://www.znanium.com)

5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

#### **Профессиональные базы данных:**

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

#### **Информационные справочные системы:**

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

#### **Ресурсы свободного доступа:**

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы [http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy\\_i\\_otvety](http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety)

## Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

## 6. 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 отсутствии.

Самостоятельная работа реализуется:

1. Непосредственно в процессе аудиторных занятий - на лекциях, практических и семинарских занятиях, при выполнении лабораторных работ.
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. Попытаться конспектировать самому в удобной для аспиранта форме. Не стремиться записать все дословно, конспектировать необходимо самое главное, основное.

*Семинарское занятие* по дисциплине – важнейшая форма самостоятельной работы студентов 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 студенту 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 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.

#### 7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

| Наименование специальных помещений  | Оснащенность специальных помещений  | Перечень лицензионного программного обеспечения                 |
|---|---|---|
| Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа   | 5042 л<br>Мебель: учебная мебель<br>Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер         | Microsoft Windows 10,<br>Microsoft 365 Office Professional Plus |
| Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | 5041 л, 5042 л<br>Мебель: учебная мебель<br>Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер | Microsoft Windows 10,<br>Microsoft 365 Office Professional Plus |

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

| Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся                       | Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся  | Перечень лицензионного программного обеспечения                 |
|---|--|---|
| Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки) | Мебель: учебная мебель<br>Комплект специализированной мебели: компьютерные столы<br>Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по | Microsoft Windows 10,<br>Microsoft 365 Office Professional Plus |

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд. А 213)</p> | <p>технологии Wi-Fi)</p> <p>Мебель: учебная мебель<br/>Комплект специализированной мебели: компьютерные столы<br/>Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p> | <p>Microsoft Windows 10,<br/>Microsoft 365 Office Professional Plus</p> |
|--|--|---|