

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Электронный бизнес и электронная коммерция»

Дисциплина «Электронный бизнес и электронная коммерция» является частью программы магистратуры «Автоматизация управления социальными и экономическими системами» по направлению «09.04.01 Информатика и вычислительная техника».

### Цели и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины «Электронный бизнес и электронная коммерция» являются приобретение комплекса теоретических знаний и методологических основ в области электронного бизнеса, электронной коммерции и различных форм Интернет-предпринимательства. Задачами дисциплины являются приобретение практических навыков, необходимых для квалифицированной разработки требований к проектированию и разработке Интернет-магазинов, виртуальных предприятий..

### Изучаемые объекты дисциплины

- основные понятия и категории электронного бизнеса; - средства электронной коммерции; - виртуальные предприятия..

### Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		3
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)	18	18
- лабораторные работы (ЛР)	18	18
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	16	16
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен		
Дифференцированный зачет	9	9
Зачет		
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	144	144

### Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
3-й семестр				
Анализ поведения потребителя в цифровой среде	2	2	0	15
Аудитория интернет, аудитория отдельных ресурсов. Понятия – аудитория Интернет, пользователь, посетитель, сообщество пользователей, аудитория Рунет. Способы получения данных о тенденциях развития Интернета: экспертные оценки; данные провайдеров; данные статистики служб Интернета; опросы в Интернете; опросы вне Интернета; Интернет - панели. Стратегия продвижения компании в социальных сетях, выбор каналов. Подготовка контента: цепляющие заголовки, фотографии, продающий текст. Обратная связь, получение отзывов и вопросов. Работа с негативом. Интегрирование работы в социальных сетях с общей стратегией продвижения компании.				
Виртуальные предприятия и тенденции их развития	4	4	6	20
Тенденции и динамика роста и развития предпринимательства в среде Интернет. Создание и функционирование виртуального предприятия. Формирование концепции предприятия. Основные процессы виртуальных предприятий. Анализ и моделирование бизнес-процессов несетевого предприятия, осуществляющего аналогичную деятельность. Персонал виртуального предприятия. Этапы создания виртуального предприятия. Технологическая модель: архитектура, платформа, инструменты, приложения. Модели реализации информационной платформы предприятия электронного бизнеса.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Правовое регулирование. Платежные системы: вид, функции, структура	4	4	4	20
Классификация платежных систем. Факторы развития платежных систем. Платежные системы в исторической перспективе. Виды платежных сообщений. Платежные инструменты. Электронные платежные инструменты. Перспективы использования платежей наличными. Клиринговая деятельность в платежных системах. Клиринговые системы. Процедуры клиринга и расчета. Гибридные системы клиринга и расчета.				
Введение. Электронный бизнес и электронная коммерция: определения, подходы, решения, различия	4	4	0	15
Основы электронного бизнеса и электронной коммерции. Основные способы формирования цепочек добавления потребительской стоимости в киберпространстве. Компоненты бизнес-решения в сфере электронного бизнеса. Виды решений: предпринимательское, содержательное, управленческое, технологическое и т.д. Уровни интеграции электронного бизнеса. Методы повышения потребительской ценности товаров и услуг в электронной коммерции.				
Модели электронного бизнеса	4	4	6	20
Классификация предпринимательской деятельности. Факторы, воздействующие на предпринимательскую деятельность. Внутрифирменное предпринимательство. Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам (матрица B2C2G). Модели электронного бизнеса. Типовая схема систем Business-to-Consumer. Типовой вариант сайта Интернет-магазина. Комплексы программных средств для реализации Интернет-проекта. Функции управления фронт-офисом интернет-магазина. Международные классификаторы, используемые в системах электронной коммерции. Модели бизнеса B2B. Функциональная схема B2B. Виды систем B2B. Системы управления закупками (e-procurement). Системы полного цикла				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
сопровождения поставщиков (SCM – системы). Системы полного цикла сопровождения потребителей (CRM-системы). Современные исследования бизнес-моделей в Интернет. Структура бизнес-модели. Построение бизнес-моделей по Алексу Остервальдеру.				
ИТОГО по 3-му семестру	18	18	16	90
ИТОГО по дисциплине	18	18	16	90