

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КООПЕРАЦИИ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»

Н.В. Колос

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС

Методические материалы по дисциплине

Издательство
Белгородского университета
кооперации, экономики и права
2017

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КООПЕРАЦИИ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»

Н.В. Колос

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС

Методические материалы по дисциплине

Рекомендовано Научно-методическим советом университета

Издательство
Белгородского университета
кооперации, экономики и права
2017

**ББК 65(2)301.8с
К61**

Рекомендовано к изданию кафедрой
информационных систем и технологий.
Протокол № 1 от 30 августа 2017 г.

Автор

Колос Наталья Викторовна, канд. экон. наук, доцент кафедры
информационных систем и технологий Белгородского
университета кооперации, экономики и права

Рецензент

Маторин Сергей Игоревич, д-р техн. наук, профессор кафедры
информационных систем и технологий Белгородского
университета кооперации, экономики и права

Колос, Н. В.

К61 Электронный бизнес : методические материалы по
дисциплине / Н. В. Колос. – Белгород : Издательство
БУКЭП, 2017. – 73 с.

ББК 65(2)301.8с

© Издательство БУКЭП, 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
РАЗДЕЛ I. ПРОГРАММНЫЙ БЛОК.....	7
1. Объем дисциплины и виды учебной работы.....	7
2. Содержание дисциплины.....	8
2.1. Тематическое содержание дисциплины.....	8
2.2. Содержание дисциплины по видам аудиторных занятий.....	10
2.2.1. Лекции.....	10
2.2.2. Лабораторные занятия.....	11
РАЗДЕЛ II. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ БЛОК.....	13
1. Методические рекомендации по подготовке и выполнению лабораторных работ.....	13
2. Самостоятельная работа студентов.....	47
2.1. Тематический план самостоятельной работы студентов.....	47
2.2. Методические указания к самостоятельной работе...	48
3. Контроль результатов изучения дисциплины.....	58
3.1. Формы контроля знаний студентов и критерии их оценки.....	58
3.2. Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету и экзамену.....	60
4. Методическое, информационное и материально-техническое обеспечение дисциплины.....	64

ВВЕДЕНИЕ

Стремительное распространение и развитие информационных технологий в сочетании с новым этапом развития экономических отношений способствуют активному распространению электронного бизнеса. Преимущества, которые предоставляют новые информационные технологии в отношении форм и способов ведения бизнеса, привлекают все большее число участников экономических отношений.

Закономерности, характеризующие хозяйственную деятельность фирм в сетевом экономическом пространстве, изучаются дисциплиной «Электронный бизнес».

В процессе формирования сетевой экономики традиционные предприятия могут превращаться в сетевые структуры. Этот процесс захватывает всю иерархическую вертикаль в экономике. Процесс сетевой модернизации существующих организаций, как правило, означает активное использование информационных технологий.

Использование информационных технологий, которое наблюдается в России в последние годы, а также увеличение объема инвестиций в Интернет приводят к быстрому развитию систем электронного бизнеса, функциональные возможности которых постоянно расширяются и усложняются, что позволяет значительно повысить эффективность и внести существенные коррективы в организацию хозяйственной деятельности.

Целью преподавания дисциплины является формирование у студентов знаний по основам электронного бизнеса, концепциям построения, функционирования и развития электронных предприятий. Предлагаемый курс ориентирован на подготовку таких специалистов, спрос на которых на современном рынке высоких информационных технологий очень высок.

В результате освоения дисциплины «Электронный бизнес» студент должен обладать компетенциями,

предусмотренных требованиями актуализированного ФГОС ВО и учебным планом по направлению подготовки бакалавриата «Бизнес-информатика, направленность (профиль) Бизнес-информатика».

В результате изучения указанной дисциплины студент приобретает:

знания:

– основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации.

умения:

– работать с информацией из различных источников.

навыки:

– владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

РАЗДЕЛ I. ПРОГРАММНЫЙ БЛОК

1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		3
Контактная работа (по видам учебных занятий):	50	50
Занятия лекционного типа (Л)	18	18
Занятия семинарского типа:		
Лабораторные занятия (ЛЗ)	32	32
Самостоятельная работа обучающегося всего, в том числе:		
Самостоятельная работа в течение семестра	94	94
Подготовка к экзамену	36	36
Экзамен	+	+
Общая трудоемкость, час.	180	180
Общая трудоемкость, зач. ед.	5	5

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Тематическое содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела, темы	Содержание раздела, темы дисциплины (модуля) в
1	2	3
1.	Тема 1. Основные понятия, особенности и закономерности электронного бизнеса	Предмет, задачи, содержание курса «Электронный бизнес». Глобализация экономической деятельности. Глобальная сетевая экономика. Интернет как среда ведения предпринимательской деятельности. Интернет-экономика.
1. Основы электронного бизнеса		
2.	Тема 2.1 ИКТ как основа электронного бизнеса	Информационные сети. Преимущества использования Интернет-технологий в экономике. Роль индустрии ИКТ в электронном бизнесе. Социально-экономические
3.	Тема 2.2 Концепция и модели предпринимательской деятельности и в Интернет	Понятие сетевых форм организации. Интернет-экономика как стимул появления новых участников рынка. Преимущества создания новых форм организации. Факторы, воздействующие на предпринимательскую деятельность.
4.	Тема 2.3 Организация коммуникативной политики в	Коммуникативная политика в интернете. Web-сайт как основа системы коммуникаций в

1	2	3
2. Электронная коммерция		
5.	Тема 3.1 Электронная коммерция. Сектора электронной коммерции	Понятие, сущность электронной коммерции (ЭК). Фазы процесса ЭК. Отличительные особенности от традиционной коммерции. Потребители электронной коммерции. Законодательство в сфере ЭК.
6.	Тема 3.2 Электронный магазин как часть ЭБ	Понятие, сущность электронного магазина. Классификация электронных магазинов. Факторы успеха развития Интернет- магазина. Структура интернет-магазина. Организация продаж.
7.	Тема 3.3 Электронные платежные системы	Сущность и содержание электронных платежей. Формы расчетов: цифровые деньги, электронные чеки, банковские карты, электронные деньги. Классификация электронных платежных систем. Российские системы электронных платежей. Защита информации в ЭПС.
3. Планирование и организация электронного бизнеса		
8.	Тема 4.1 Планирование электронного бизнеса	Основные бизнес-стратегии предприятия при выходе на электронный рынок. Организация межкорпоративной и розничной торговли.
9.	Тема 4.2 Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса	Система инфраструктурного обеспечения электронного бизнеса: телекоммуникационные, сетевые и программные технологии.
10.	Тема 4.3 Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса	Финансовые аспекты деятельности предприятий электронного бизнеса. Типовые статьи доходов и расходов электронного предприятия. Методы оценки бизнес-проектов. Методики мониторинга эффективности функционирования предприятий электронного бизнеса.

2.2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ АУДИТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

2.2.1. Лекции

№ п/п	Тема	Кол- во часов
1	2	3
1.	Тема 1 Основные понятия, особенности и закономерности электронного бизнеса	2
2.	Тема 2.1 ИКТ как основа электронного бизнеса	2
3.	Тема 2.2 Концепция и модели предпринимательской деятельности в Интернет	2
4.	Тема 2.3 Организация коммуникативной политики в Интернет	2
5.	Тема 3.1 Электронная коммерция. Сектора электронной коммерции	2
6.	Тема 3.2 Электронный магазин как часть ЭБ	2
7.	Тема 3.3 Электронные платежные системы	2
8.	Тема 4.1 Планирование электронного бизнеса	2
9.	Тема 4.2 Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса	2
10.	Тема 4.3 Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса	2
	Итого по дисциплине:	18

2.2.2. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины (модуля)	Тематика лабораторных занятий	Трудо- емкость, час.
3 семестр			
1.	Тема 2.1 ИКТ как основа электронного бизнеса	Концепция электронного правительства	2
2.	Тема 2.2 Концепция и модели предпринимательской деятельности в Интернет	Модели предпринимательской деятельности в Интернет	2
3.	Тема 2.3 Организация коммуникативной политики в Интернет	Корпоративные представительства в сети Интернет	4
4.	Тема 3.1 Электронная коммерция. Сектора электронной коммерции	Электронная коммерция. Организация проведения электронных торгов	2
5.	Тема 3.2 Электронный магазин как часть ЭБ	Виртуальные предприятия сектора В2С. Интернет-магазины	6
6.	Тема 3.3 Электронные платежные системы	Электронные платежные системы	4
7.	Тема 4.1 Планирование электронного бизнеса	Разработка стратегии развития предприятий электронного бизнеса. Стратегия	2

		продвижения бизнеса в Интернете.	
8.	Тема 4.2 Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса	Разработка концепции корпоративного интернет-портала	6
9.	Тема 4.3 Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса	Изучение методик определения экономической эффективности создания и функционирования предприятий в условиях сетевой среды	2
	ИТОГО 3 семестр		32
	ИТОГО:		32

РАЗДЕЛ II. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ БЛОК
1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ПОДГОТОВКЕ И ВЫПОЛНЕНИЮ
ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

Лабораторная работа №1

Тема: Информационные ресурсы, поиск и анализ информации предметной области

Цель: ознакомиться с классификацией информационных ресурсов, структурой рынка информационных ресурсов и источниками различного вида информации.

Задание:

1. Дать определение информации, информационных ресурсов.
2. Определить основные параметры информационных ресурсов. Суть параметров представить в таблице. Параметры оценки мировых информационных ресурсов представлены ниже.

№	Параметр информационного ресурса	Характеристика параметра

3. Представить классификацию мировых информационных ресурсов.
4. Представить структуру рынка информационных ресурсов.
5. Определить основные источники информационных ресурсов, представленных в сети Интернет.
6. Определить основные источники образовательных информационных ресурсов.

7. Составить классификацию источников образовательных информационных ресурсов.

8. На федеральном портале «*Российское образование*» найдите список федеральных образовательных Интернет-порталов. Найдите перечень интернет-ресурсов на информационном портале *Информационно-коммуникационные технологии в образовании*. (http://www.edu.ru/db/portal/sites/portal_page.htm).

9. В окне поиска интернет-ресурсов найдите ресурсы по теме: *Применение ИКТ в образовании*.

10. На портале *Единое окно доступа к образовательным ресурсам* изучите раздел Порталы. Выясните, какие Федеральные образовательные порталы представлены здесь.

11. Исследовать типы сервисов в интернете и их использование в интернет-бизнесе.

12. Тематический поиск в поисковых системах ресурсов Интернет.

13. Какие поисковые системы Интернета используются Вами и почему? Каковы принципы работы поисковой системы.

14. Представить правила поиска информационных ресурсов (Правила формирования запросов в поисковой системе Яндекс).

15. Представить технологию поиска информации в поисковых системах.

Рассмотренные вопросы отразить в отчете.

Критерии оценки мировых информационных ресурсов. Анализ различных источников показывает, что в настоящее время наиболее широко для оценки информационных ресурсов используются следующие основные параметры:

1. Содержание.
2. Охват.
3. Время.

4. Источник.
5. Качество.
6. Способ фиксации.
7. Язык.
8. Стоимость.

Содержание определяет проблемную область, охватываемую информационными ресурсами (тему, идею, теорию, методiku). Границы проблемной области зависят от задач, решаемых пользователем.

Причем необходимо отметить, что границы проблемной области динамичны во времени и существенным образом зависят от развития науки, техники и производства.

Охват определяет, ограничивает и описывает содержание, уточняет или ограничивает его. В конкретном смысле охват можно рассматривать как часть параметра **содержание**. Он сужает и задает определенные рамки содержания.

Охват характеризуют следующими параметрами: **объемом**, **полнотой** и **достаточностью** информационных ресурсов.

Объем – это общее количество информации по проблеме, доступной пользователю.

Полнота – это соотношение между имеющейся информацией по проблеме и информацией, доступной пользователю (т.е. той ее частью, которую он может получить).

Достаточность определяется возможностью достижения поставленной цели, при наличии доступной пользователю информации.

Время – форма существования бесконечно развивающейся материи.

Время как характеристика информационных ресурсов (информации) выступает в нескольких аспектах:

1) фиксирует момент или период, представленный данными (календарный, налоговый, финансовый год, конец соответствующего года и т.п.);

2) задает точку отсчета ввода конкретных информационных ресурсов в обращение (в коммуникационные каналы);

3) является характеристикой, определяющей связь между содержанием информации об объекте и ее соответствием реальному состоянию объекта, к которому она относится, на текущий момент времени.

Источник определяет происхождение информации и в определенном смысле выступает как часть параметра охвата, ограничивающая содержание информации.

В качестве источника информации может выступать:

- единичная публикация (текущая документация фирмы, энциклопедия, официальные и научные отчеты, технологическая документация, статья, книга, журнальная статья, личное дело и др.);

- собрание документов (архив, база данных и др.) и т.п.;

- конкретная персона или организационная единица, обладающая информацией (информационными ресурсами) в конкретных проблемных областях или научным инструментарием, позволяющим получать необходимую информацию (создавать информационные ресурсы по конкретным проблемам).

Качество – определяет (задает) совокупность свойств, отражающих степень пригодности конкретной информации об объектах и их взаимосвязях для достижения целей, стоящих перед пользователем, при реализации тех или иных видов деятельности.

В состав наиболее общих параметров, задающих качество информации, входят:

- достоверность;

- своевременность;

- новизна;
- ценность;
- полезность;
- доступность.

Достоверность (адекватность, истинность, верность) – свойство информации отражать реально существующие объекты с необходимой точностью.

Своевременность – поступление информации в пределах того времени, когда она полезна для принятия решения и когда она еще может повлиять на результат принятия решения (деятельность).

Новизна. Новое – впервые созданное или сделанное, появившееся недавно, взамен прежнего, вновь открытое;

Ценность информации – это ее важность, потребность для принятия решений.

Ценность образуется в результате предметно-практического взаимодействия объекта и субъекта

Полезность – характеризует пригодность для определенной цели, способность приносить пользу в интересах кого-нибудь, в соответствии с чьими-нибудь выгодами.

Доступность. Доступность информации – это возможность получения информации пользователем.

Доступность зависит от многих факторов:

- возможности получить информацию в заданное время;
- возможности получить доступ к источникам, содержащим требуемую информацию;
- ограничений, налагаемых владельцами информации на получение информации, находящейся в их ведении.

Доступ к информации может быть регламентированным по уровню доступа к этой информации и уровню ответственности пользователя за использование и несанкционированное обращение к ней.

Способ Фиксации Информации. Информация становится ресурсом только в том случае, если она может быть передана между пользователями и процессами, распределенными во времени и пространстве. В противном случае она может использоваться лишь при решении ограниченного круга задач, а эффективность ее использования и качество существенно снижаются во времени.

С фиксации информации на тот или иной используемый для этого носитель начинается ее движение в любой системе коммуникации (общения, взаимодействия между людьми). Любой «новый носитель» для субъекта, воспринимающего информацию - это новые способы регистрации, сбора, передачи, хранения и обработки информации и, следовательно, новые способы управления. Поэтому ограничения, налагаемые на перечень информационных носителей, существенным образом влияют на решение всех вопросов использования информационных ресурсов и определения информационной политики в области их создания.

Язык. Существенным фактором, снижающим возможности создания документальных информационных ресурсов и ограничивающим доступ к ним, является и языковой барьер.

Перевод информационных ресурсов с одного языка на другой существенно замедляет прохождение информации между пользователями, вызывает дополнительные искажения содержания информационных ресурсов, вызванные особенностями языков, и требует дополнительных трудовых и финансовых ресурсов на осуществление обмена информацией.

Стоимость. Информационные ресурсы могут выступать в виде товара, удовлетворяющего специфические потребности пользователей. Например, в том случае, когда информационный ресурс продается пользователям.

Цена на информационный ресурс выступает как денежное выражение стоимости. Основой цены на

информационные ресурсы выступает рыночная стоимость, складывающаяся с учетом признанных обществом на рынке затрат труда на подготовку информационных ресурсов и потребительских свойств информационных ресурсов, их полезности.

Лабораторная работа №2

Тема: Концепция электронного правительства.

Цель: изучить концепцию электронного правительства, задачи и функции информационной системы «Правительственный портал».

Вопросы, предлагаемые к рассмотрению:

1. Роль государственных служб в информационную эпоху.
2. Перспективы автоматизации государственных служб.
3. Понятие электронного правительства.
4. Факторы, способствующие успеху проекта «Электронное правительство».
5. Правительственный портал как элемент информационно-коммуникационной инфраструктуры исполнительной власти.
6. Структура порталов органов исполнительной власти.
7. Структура информационных ресурсов Правительственного портала
8. Специализированная информационная система «Правительственный портал».
9. Состав специализированной информационной системы «Правительственный портал».
10. Назначение, функции системы.
11. Что является объектом автоматизации.
12. Структура системы.

13. Взаимосвязи ИС «Правительственный портал» с другими системами.

Лабораторная работа №3

Тема: Модели предпринимательской деятельности в Интернет

Цель: изучить существующие модели предпринимательской деятельности в Интернет.

Задание:

1. Дать определение понятия бизнес-модели.
2. Определить особенности моделей электронного бизнеса.
3. Дать характеристику моделей электронного бизнеса (например, следующих видов: брокерская модель, рекламная модель, модель информационного посредничества, торговая модель, модель производителя).
4. Провести сравнительный анализ по выделенным характеристикам и написать свое заключение по данному анализу с позиций привлекательности, конкурентоспособности и перспектив развития.

Лабораторная работа №4

Тема: ***Корпоративные представительства в сети Интернет.***

Цель: исследование структуры и услуг, предоставляемых на сайтах корпоративных представительств.

Задание:

1. Исследовать сайты корпоративных представительств в сети Интернет. Результаты представить в таблице:

Тип сайта	Объем	Стоимость разработки	Характеристика
Визитка			
Промо-сайт			
Интернет-витрина			
Интернет-магазин			
Корпоративный сайт			
Информационный портал			

Построить зависимость стоимости разработки сайта от его типа.

2. Исследовать сайты каждого типа. Результаты представить в таблице:

Тип сайта	Инструменты	Элементы сайта	
		Содержание сайта	Главная страница сайта
Визитка			
Промо-сайт			
Интернет-витрина			
Интернет-магазин			
Корпоративный сайт			
Информационный портал			

3. Исследовать по три сайта каждого типа, результаты представить в таблицах (структура: главная (домашняя) страница, прайс-лист, фото (каталог) товаров, справочная информация, о фирме, офис, партнеры, вакансии, потребности, сервисы):

Сайты-визитки.

Структура сайта (указать +/- наличие элементов)	Сайт 1 (адрес)	Сайт 2 (адрес)	Сайт 3 (адрес)
Элемент1			
Элемент2			
Элемент п			

Промо-сайты.

Структура сайта (указать +/- наличие элементов)	Сайт 1 (адрес)	Сайт 2 (адрес)	Сайт 3 (адрес)
Элемент 1			
Элемент 2			
.....			
Элемент n			

Интернет-витрина.

Структура сайта (указать +/- наличие элементов)	Сайт 1 (адрес)	Сайт 2 (адрес)	Сайт 3 (адрес)
Элемент 1			
Элемент 2			
.....			
Элемент n			

Интернет-магазин.

Структура сайта (указать +/- наличие элементов)	Сайт 1 (адрес)	Сайт 2 (адрес)	Сайт 3 (адрес)
Элемент 1			
Элемент 2			
.....			
Элемент n			

Корпоративный сайт.

Структура сайта (указать +/- наличие элементов)	Сайт 1 (адрес)	Сайт 2 (адрес)	Сайт 3 (адрес)
Элемент 1			
Элемент 2			
.....			
Элемент n			

Информационный портал.

Структура сайта (указать +/- наличие элементов)	Сайт 1 (адрес)	Сайт 2 (адрес)	Сайт 3 (адрес)
Элемент1			
Элемент2			
.....			
Элемент n			

4. Сделать вывод о целесообразности разработки сайтов каждого вида.

Вопросы к защите:

1. Перечислить варианты создания сайта компании.
2. Визитка, презентационный сайт. Выполняемые задачи. Особенности построения сайта. Сфера применения.
3. Интернет-витрина. Выполняемые задачи. Особенности построения сайта. Сфера применения.
4. Интернет-магазин. Выполняемые задачи. Особенности построения сайта. Сфера применения.
5. Внешний коммуникационный канал. Выполняемые задачи. Особенности построения сайта. Сфера применения.
6. Портал. Выполняемые задачи. Особенности построения сайта. Сфера применения.

Лабораторная работа № 5

Тема: Организация проведения электронных торгов.

Цель: исследование технологии организации электронных торгов.

Задание.

1. Посмотреть предлагаемые презентации систем проведения электронных торгов.
2. Изучить следующие вопросы:

- 1) Технологический комплекс (платформа) систем электронных закупок и торгов.
- 2) Технология проведения торгов на торговых площадках.
- 3) Основные принципы организации торгов (закупок).
- 4) Организация единого информационного пространства при осуществлении электронных торгов.
- 5) Организация информационных потоков при поиске позиции и заключении сделки.
- 6) Организация документооборота при реализации системы электронных торгов.
- 7) Какие аналитические задачи для поддержки принятия решений используются при проведении электронных торгов.
- 8) Схема работы системы при организации коммерческих закупок.
- 9) Какие сервисные системы реализованы в электронной торговой системе.
- 10) Какие средства защиты используются при оформлении договоров.
- 11) Какие платежные системы используются для организации взаиморасчетов.
- 12) Как отслеживается состояние заказа.
- 13) Какие ИС и для каких целей интегрированы в ЭТС.

Лабораторная работа № 6

Тема: Виртуальные предприятия сектора В2С.

Цель: исследование структуры и перечня услуг, представленных на сайте фронт-офиса Интернет-магазина.

Задания:

Исследовать сайты Интернет-магазинов по направлениям.
Результаты представить в таблицах:

1. Проанализировать сайты Интернет-магазинов по следующим показателям:

Таблица 1

Разделы (+, -)	Интернет-магазин 1	Интернет-магазин 2	Интернет-магазин 3
Наименование направления			
Справочно-обучающая система			
База данных товаров			
Информация о фирме, ее реквизиты			
Покупательская корзина			
Форма расширенного поиска			
Форма оформления заказа и оплаты			
Форма обратной связи со службой поддержки			
Статьи и аналитические обзоры данного рынка			
Гостевая книга			
Форма задания и изменения регистрационных данных			
Карта сайта			
Оценка контента сайта (0 – 10 баллов)			

1. Провести анализ предлагаемых услуг Интернет-магазинами. Результаты представить в таблице:

Таблица 2

Способы оплаты

Интернет-магазин	1	2	3
Наименование направления			
Оплата наличными курьеру			
Оплата и получение заказанного товара в магазине			
Наложный платеж			
Оплата банковским переводом			
Оплата при помощи пластиковой карты			
Оплата с использованием электронных денег			

Таблица 3

Способы доставки

Интернет-магазин	1	2	3
Наименование направления			
Доставка курьером			
Доставка почтой			
Другой способ доставки			

5. Сделать вывод об информационном наполнении, оказываемых услугах на сайте фронт-офиса Интернет-магазина.

Вопросы для защиты:

1. Интернет-витрина. Принцип работы.
2. Достоинства и недостатки Интернет-витрин.
3. Интернет-магазин. Принцип работы.
4. Достоинства и недостатки Интернет-магазинов.
5. Преимущества и недостатки основных способов оплаты товаров в интернет-магазинах.
6. Виды доставки.

Лабораторная работа №7

Тема: Электронные платежные системы

Задание:

1. Исследовать рынок современных электронных платежных систем.
2. Определить, кто является пользователями платежных систем.
3. Определить, кто является создателями платежных систем и инфраструктуры.
4. Изучить технологию проведения платежей с использованием банковских пластиковых карт.
5. Изучить технологию проведения платежей с использованием цифровой наличности (электронных денег).
6. Провести анализ современных платежных систем и эффективности их применения. Результаты представить в таблице.

Признак	ЭПС с использованием карт		Системы с использованием электронных денег
	Дебетовые системы	Кредитные системы	
Принцип действия			

Участники интернет-системы			
Схема проведения платежей			
Механизмы поддержки проведения электронных платежей			
Инструменты обеспечения безопасности			
Достоинства			
Недостатки			

В отчет включить ответы на вопросы 1-6 и заполненную таблицу.

Лабораторная работа № 8

Тема: Разработка стратегии развития предприятий электронного бизнеса. Стратегия продвижения бизнеса в Интернете

Цель: научиться определять стратегию развития и продвижения предприятий электронного бизнеса

Задание: Разработать стратегию развития и продвижения предприятия электронного бизнеса в соответствии с вариантами, представленными ниже.

1. Описать проект:
 - дать краткое описание проекта
 - дать краткое описание компании, реализующей проект.
2. Определить причины выхода компании в интернет.
3. Определить конкурентные преимущества фирмы, включая:

– описание рынка: объем рынка, количество потенциальных потребителей, уровень конкуренции, доля рынка, в роста.

– описание конкурентов. Для интернет-проектов данный раздел состоит из двух важных составляющих – анализ бизнеса конкурентов (или конкурирующих технологий) и анализ интернет-составляющей их деятельности (как достоинств, так и недостатков).

– конкурентные преимущества: новизна; качество; удобство покупки; скорость доставки; послепродажное обслуживание; цена; надежность; и т. п.

4. Определить цель, которая соответствует выбранной концепции.

5. Определить тип сайта в соответствии с выбранной концепцией.

6. Определить тип дохода от деятельности в сети Интернет.

7. Определить направления продвижения бизнеса в Интернете.

Вариант 1. Концепция развития бизнеса: Информационная поддержка реально существующего бизнеса.

Вариант 2. Концепция развития бизнеса: Организация продаж через сеть Интернет товаров и/или услуг, производимых предприятием или организацией.

Вариант 3. Концепция развития бизнеса: Создание Интернет-проекта, реализующего бизнес только в сети Интернет.

Возможны и другие варианты. Так, целями Интернет-проектов могут быть освоение новых сегментов рынка, привлечение внимания к деятельности компаний потенциальных клиентов, партнеров, инвесторов, предложение потребителям и партнерам новых услуг, качественное изменение деловых взаимоотношений с партнерами и

клиентами, снижение расходов на производство и хранение товаров.

Краткие теоретические сведения

Как правило, решения относительно выхода в Интернет и использования той или иной модели электронного бизнеса принимается компанией или организацией на основе имеющейся стратегии. Именно эта стратегия должна определять последовательность действий компании при выходе в интернет.

Необходимо помнить, что решения по выходу компании в Интернет и ведению on-line деятельности относятся к классу стратегических и должны приниматься высшим руководством компании.

У компании должны быть в наличии необходимые финансовые и человеческие ресурсы.

Все большее значение для инвестиций приобретает тот факт, имеет ли предприятие грамотную маркетинговую стратегию работы в сети и обладает ли оно необходимым квалифицированным персоналом для ее осуществления.

В настоящее время все еще существует огромный дефицит высококвалифицированных кадров, обладающих необходимым опытом работы на электронном рынке.

И только после тщательного анализа и оценки перечисленных факторов, компания, принявшая решение о выходе на электронный рынок и работе в сети Интернет должна разработать свою маркетинговую стратегию для сети Интернет.

Этапы выбора стратегии электронного бизнеса

1. Конкурентные преимущества фирмы.

На этом этапе сопоставляются данные анализа внешней и внутренней среды, и на их основе проводится сравнение характеристик предприятия с аналогичными характеристиками конкурентов, а также с ожиданиями конкурентов и партнеров.

Предприятие определяет свои сильные и слабые стороны, что помогает ему выделить те направления, на которых он может добиться успеха; оценивает возможности и угрозы рынка, что помогает определить факторы успеха на рынке. Сравнение потенциально успешных направлений и важных для успеха факторов дает предприятию представление о собственных конкурентных преимуществах и делает возможным выработку стратегии.

2. Разработка базовой стратегии

Базовая стратегия по своей сути — это краткое описание того, как компания собирается достичь своих целей.

Опираясь на принятую базовую стратегию, руководство компании проводит анализ портфеля всех подразделений компании на всех уровнях. Результаты такого анализа помогают определить, использовала ли компания открывающиеся возможности, уступила ли позиции конкурентам.

Опираясь на анализ портфеля и выделенные конкурентные преимущества, можно оптимизировать распределение ограниченных ресурсов компании между различными рынками и направлениями деятельности.

Причины выхода компании в интернет

Интернет стратегия компании является частью общей маркетинговой стратегии, она обосновывает использование данной компанией средств и возможностей Интернет для достижения своих стратегических целей. Выход в Интернет не может объясняться модой или тем, что все компании используют электронный бизнес. Компания должна иметь веские причины для такого решения. К таким причинам можно отнести:

- рост конкуренции на физическом рынке;
- использование новых технологий конкурентами, потребителями, партнерами;
- желание выйти на новый сегмент потребителей, которые используют электронный бизнес;

- стремление увеличить продажи существующим клиентам, используя новый канал;
- стремление снизить издержки, время совершения операции и т.п.

Среди компаний, осуществляющих всю свою деятельность через Интернет, также организации, преследующие разные цели. Это компании, занимающиеся розничной торговлей в сети Интернет (e-tailing), компании, предлагающие в сети различные услуги, посредники, обеспечивающие подбор бизнес партнеров, компании, предлагающие помощь и поддержку для работы в Интернет (порталы, поисковые системы), компании, занимающиеся строительством web-сообществ, компании, созданные вокруг нового электронного товара или услуги. Классификация компаний, работающих в Интернете

Лабораторная работа № 9

Тема: Разработка концепции корпоративного интернет-портала

Задание: Разработать концепцию корпоративного интернет-портала для выбранного предприятия

ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Портал

– сетевой узел или комплекс узлов, подключенных к Интернету по высокоскоростным каналам связи, обладающий развитым пользовательским интерфейсом и предоставляющий единый с концептуальной и содержательной точки зрения доступ к широкому спектру информационных ресурсов и

услуг, ориентированных на определенную аудиторию. С технологической точки зрения портал – системное многоуровневое объединение ресурсов и сервисов в Интернете, или система сайтов, работающих на основе единой базы данных и единых стандартов обмена информацией.

Горизонтальный портал – портал, ориентированный, прежде всего, на максимально широкий охват интересов своего потребителя. Как правило, в число сервисов такого портала входят информационные сервисы (новости, форумы), сервисы отправки сообщений (электронная почта, SMS), размещение персональных страниц пользователя и др.

Вертикальный портал – портал, ориентированный на полный охват определенной аудитории, тематики или сферы деятельности человека (организации). Он частично наследует функциональность горизонтального портала, добавляя к ним сервисы, специфичные для своей тематики.

Сервисы портала – программные средства, реализованные в составе портала, доступные через внешние или внутренние (программный) интерфейсы портала, основная задача которых состоит в том, чтобы помочь

пользователям удобно и эффективно выполнять требуемые операции над содержимым портала и использовать его ресурсы.

Службы портала – функциональные подсистемы портала, доступные через внутренний интерфейс и используемые сервисами портала.

Корпоративный информационный портал¹ – это Web-ориентированное средство доступа к разнообразным структурированным и неструктурированным данным на предприятии и вне него, а также анализа и обработки полученной информации. По их мнению, полное решение такого портала должно включать девять основных функций:

- **Интеграция приложений и данных.** Обеспечение возможности взаимодействия сотрудников предприятия со всем приложениями и информационными ресурсами, используемыми в организации (в соответствии с установленными правами), через единый интерфейс.
- **Категоризация.** Упорядочивание данных для осуществления удобной навигации по информационным ресурсам. Автоматизированные процедуры категоризации

¹ согласно формулировке аналитиков Delphi Group, 1999 год

результатов индивидуального поиска.

- **Полнота и релевантность поиска.** Реализация эффективных поисковых механизмов по всевозможным источникам данных (структурированные, неструктурированные, метаданные), просмотр всех ресурсов, которые могут включать нужные данные, оценка достоверности полученной информации.
- **Публикация и распространение.** Возможность публикации пользовательской информации для общекорпоративного доступа.
- **Управление бизнес-процессами.** Пользователи должны иметь возможность не только следить за ходом выполнения деловых процессов, но также инициировать такие процессы и активно участвовать в них.
- **Коллективная работа.** Обеспечение режима командной работы, как в традиционном варианте «сотрудник-сотрудник», так и в режимах «сотрудник-партнер» и «сотрудник-клиент».
- **Персонализация рабочего пространства.** Формирование среды работы сотрудника с учетом его персональных потребностей,

привычек, методов собственной работы.

- **Представление информации.** Интеграция всех элементов информационных ресурсов понятном и логичном виде.
- **Обратная связь и развитие.** Портал должен обеспечивать доступ к информационным ресурсам предприятия не только для сотрудников, но и для внешних лиц (партнеров, клиентов). Откликаться на нужды и пожеланию всех пользователей портала — обязательное условие для обеспечения конкурентоспособности любой организации.

База данных (БД)

– совокупность взаимосвязанных данных, организованных по определенным правилам.

База знаний (БЗ)

– организованная совокупность знаний, относящихся к некоторой предметной области, содержащая данные о свойствах объектов, закономерностях процессов и явлений и правила использования в задаваемых ситуациях этих данных для принятия решений.

Информационная

безопасность – системная функция, обеспечивающая разграничение функциональных полномочий и доступ к информации в целях сохранения трех

основных свойств защищаемой информации: конфиденциальности, целостности, готовности.

Мобильность (переносимость, взаимозаменяемость) – свойство открытой системы, обеспечивающее возможность переноса программ, данных при модернизации или замене аппаратных платформ, и работы с ними специалистов, пользующихся информационными технологиями, без их переподготовки при внесении этих изменений.

Электронная библиотека – программный комплекс, обеспечивающий возможность накопления, актуализации и предоставления пользователям через телекоммуникационную сеть полнотекстовых информационных ресурсов учебно-справочного и иного назначения со своей системой документирования и безопасности.

Краткие теоретические сведения

Для организации, сотрудники которой используют в своей работе разнородные информационные источники и системы автоматизации, создание корпоративного портала является закономерным этапом упорядочивания и стандартизации деятельности, представления информации, обеспечения ее доступности как для внутренних, так и для внешних потребителей. Создание корпоративного портала должно быть направлено на повышение эффективности деятельности сотрудников за счет централизованного

предоставления высокоуровневых сервисов доступа к внешним и внутренним информационным ресурсам компании

Корпоративный портал предназначен для решения широкого круга задач:

- Предоставление единой персонифицированной точки доступа к корпоративной информации, бизнес-приложениям, и прочим внешним и внутренним информационным ресурсам при обязательном соблюдении условий авторизации и жесткого разграничения прав доступа.

- Предоставление общекорпоративных функциональных сервисов, автоматизирующих рутинные операции;

- Поддержка безбумажного документооборота и прочих процессов по повышению качества, унификации и стандартизации корпоративных документов;

- Обеспечение эффективных коммуникаций и обмена опытом между сотрудниками и подразделениями компании, за счет формирования защищенной групповой и персонифицированной среды информационного взаимодействия на основе веб-технологий;

- Накопление и удержание интеллектуального капитала внутри компании - создание предпосылок для преобразования корпоративной информации в систему управления знаниями.

Предлагаемый проект предполагает решение этих задач путем объединения множества информационных ресурсов в рамках единого информационного портала ООО "XXXXXX".

Корпоративный информационный портал является частью общей корпоративной информационной системы (КИС). Помимо традиционных презентационных функций он должен стать инструментом повседневной деятельности подразделений и сотрудников. Совместно с другими элементами КИС, основная функция портала - сведение в единую управляемую систему разнородных служебных и профессиональных

информационных потоков и ресурсов. В этом новом качестве он должен отвечать, как минимум, базовым информационным потребностям всех основных категорий действующих лиц КИС, и развиваться вместе с изменением и развитием их потребностей.

Корпоративный информационный портал как система должен иметь «на входе» простые, настраиваемые и развиваемые средства для манипуляций со служебной и профессиональной информацией, а «на выходе» – множество тематически сгруппированных информационных ресурсов и сервисов, ориентированных на различные информационные потребности основных групп пользователей, включая руководителей, сотрудников подразделений, внешних пользователей.

На индивидуальном уровне, корпоративный информационный портал должен предоставить пользователю систему замкнутого информационного кругооборота. С одной стороны, портал должен предоставить сервисы ввода служебной и профессиональной информации, автоматического размещения и ее хранения в базе данных, оперативного извлечения и предоставления информации как пользователям портала, так и различным элементам общей КИС. С другой стороны, сервисы портала должны иметь возможности контроля новых поступлений и оперативной нотификации пользователя, о появлении сведений, имеющих отношение к его деятельности. В таком новом качестве портал будет вносить свой вклад в ускорение и улучшение «информационного метаболизма» в организации.

Для реализации замкнутого информационного кругооборота корпоративный портал должен предоставлять определенным категориям пользователей (в первую очередь тем, кто создает информацию) персональную точку доступа в корпоративное информационное пространство, позволяющую как создавать все необходимые служебные/профессиональные

информационные ресурсы, так и обеспечивать доступ к имеющимся в КИС пользовательским сервисам.

Вторым важным элементом системы замкнутого информационного кругооборота является механизм гарантированной информированности пользователей. Данный механизм на основе служебного статуса пользователя и профиля его профессиональных интересов осуществляет постоянный контроль над содержанием информационных потоков. Как только в корпоративном информационном пространстве фиксируется появление важных для пользователя информационных материалов, он немедленно должен получить об этом уведомление.

Организация создаваемых информационных потоков внутри корпоративного портала должна поддерживать иерархическую схему распределенной ответственности и контроля содержания служебных информационных потоков и ресурсов. Общий принцип этой схемы – ответственное лицо (информационный менеджер) контролирует и отвечает за содержание информационных материалов, которые создаются его подразделением.

Структурирование отдельных информационных материалов внутри корпоративного портала должно основываться на общих для КИС отраслевых и служебных классификаторах, а также допускать логическое связывание родственных материалов друг с другом.

Сведение в единую систему разнокачественных информационных потоков и ресурсов, создаваемых/актуализируемых через инфраструктуру корпоративного портала, позволит в конечном итоге более эффективно реализовать презентационные задачи портала. Для этого нужна возможность многократного и многопланового использования хранящихся в инфраструктуре портала информационных материалов для создания тематических сайтов и ресурсов. Кроме того, необходим механизм

формирования и поддержки тематических сайтов для каждой из основных категорий пользователей.

Корпоративный портал должен представлять собой современную гибкую адаптивную информационную систему, которая будет ориентирована на информационные потребности его пользователей. Набор возможностей портала позволит создать качественно новые условия для работы сотрудников и подразделений университета. Новые средства управления данными позволят улучшить реализацию презентационных задач портала. Архитектура портала должна содержать средства интеграции с внешними информационными системами в тех случаях, где это целесообразно.

Задание:

1. Определить основные цели создания портала и пути их достижения.

2. Разработать общую модель корпоративного портала, которая должна включать:

- описание основных категорий пользователей корпоративного портала и требования к информационным потребностям основных категорий пользователей;

- описание доступ и правил использования данных;

- описание информационных каналов и/или ресурсов в инфраструктуре портала, которые должны быть использованы, каким образом должно компилироваться содержание сайта из данных сведений, как должна распределяться ответственность за содержание сайта и т. п.

- описание требований к размещаемой информации;

- описание условий интеграции информационных систем в портале;

- описание требований к системе ведения баз данных и доступа к ним, алгоритмов обновления информации, системе поиска информации, системе разграничения доступа и авторизации пользователей, web-сервисы.

– описание функциональности, которую должны реализовывать:

- Подсистема базовых служб
- Подсистема организации и доступа к данным
- Подсистема управления
- Подсистема интеграции
- Подсистема обеспечения коммуникаций
- Подсистема развития и модификации
- Подсистема порталных приложений, обеспечивающая работу различных профильных сервисов и прикладных информационных систем;

– описание структуры портала (информационно-новостной раздел, включающий справочную службу и новости, система поиска информации, различные службы: форумы, дискуссионные клубы, обзор СМИ, раздел нормативных документов, регламенты, проекты и др.)

3. Описать этапы реализации проекта.

– Формулирование высокоуровневых бизнес-требований и определение первоначального варианта архитектуры;

- Построение архитектуры;
- Построение рабочей версии портала;
- Внедрение в эксплуатацию.

4. Представить проект разработанной концепции.

Лабораторная работа № 10

Тема: Изучение методик определения экономической эффективности создания и функционирования предприятий в условиях сетевой экономики

Цель: умение оценивать эффективность деятельности предприятий в сетевой среде с использованием соответствующих методик.

Краткие теоретические сведения.

Эффективность сетевой экономики во многом определяет уровень использования современных информационных технологий.

Оценка эффективности интернет-проектов (проектов интеграции предприятий в электронный бизнес) должна быть направлена, прежде всего, на анализ потенциальной выгоды для выходящей в Сеть компании и, следовательно, на такую организацию проекта, которая позволит максимально увеличить именно эту выгоду.

Оценки эффективности можно классифицировать по следующим направлениям: экономическое, организационное и маркетинговое.

Экономические показатели служат для оценки экономической эффективности выбранного варианта построения системы электронной коммерции (например, на основе *Web-сервера* предприятия в среде Интернет).

Показатели организационной направленности определяют степень интеграции новой информационной системы с существующей системой, а также с деятельностью предприятия и его бизнес-процессами.

Под маркетинговыми показателями в данном случае понимаются показатели, характеризующие эффективность проведения маркетинговой программы реализации и продвижения *Web-сервера* в среде Интернет и эффективность использования инструментов *Web-маркетинга*.

Задание:

1. Осуществить анализ деятельности предприятия и обосновать рациональную модель интеграции предприятий в систему электронной коммерции (табл. 1).

Таблица 1

Модель	Область применения	Критерий эффективности
Электронная витрина		
Электронный каталог		
Электронный аукцион		
Электронный магазин		
Электронный рынок третьих фирм		
Виртуальное сообщество		
Поставщики услуг		
Интеграция и консалтинг		

2. Оценить для выбранного предприятия значимость различных характеристик ведения бизнеса в среде Интернет, % (табл. 2).

Таблица 2

	По всем подразделениям предприятия	По подсистемам, присутствующих на электронном рынке
Препятствия к началу ведения хозяйственной деятельности в среде Интернет:		
– несовместимость ИС предприятия		
– неразвитость инфраструктуры		

– недостаточная стандартизация процедур		
– недоверие руководства		
– отсутствие интереса у руководства		
Отношение к аутсорсингу:		
– является обычной практикой		
– полезен, но труднореализуем		
– вынужденная мера		
– никогда не используется		
Взаимоотношения с потребителями:		
– на регулярной основе		
– для передачи необходимой информации		
– только в критических ситуациях		
– другое		

2. Определить факторы формирования экономической эффективности Интернет-проекта для выбранного предприятия (табл. 3).

Таблица 3

Изменения в бизнесе	Механизм реализации
Увеличение ИЭП предприятия	
Активизация рекламно-маркетинговой деятельности	

Интенсификация информационной составляющей	
Расширение потребительского рынка	
Снижение издержек	
Повышение качества управления	
Повышение роли интеллектуальной составляющей	
Улучшение динамики адаптирования	
Рост рыночной привлекательности предприятия	
Рост инвестиционной привлекательности предприятия	

3. Исследовать и представить в отчете экономические показатели для оценки экономической эффективности одного из вариантов построения системы электронной коммерции (например, на основе Web-сервера предприятия в среде Интернет).

4. Исследовать и представить в отчете показатели организационной направленности для определения степени интеграции новой информационной системы с существующей системой, а также с деятельностью предприятия и его бизнес-процессами.

5. Исследовать и представить в отчете

маркетинговые показатели, характеризующие эффективность проведения маркетинговой программы реализации и продвижения Web-сервера в среде Интернет и эффективность использования инструментов Web-маркетинга.

2. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

2.1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины (модуля)	Всего часов
1.	Тема 1 Основные понятия, особенности и закономерности электронного бизнеса	6
2.	Тема 2.1 ИКТ как основа электронного бизнеса	8
3.	Тема 2.2 Концепция и модели предпринимательской деятельности в Интернет	8
4.	Тема 2.3 Организация коммуникативной политики в Интернет	10
5.	Тема 3.1 Электронная коммерция. Сектора электронной коммерции	8
6.	Тема 3.2 Электронный магазин как часть ЭБ	10
7.	Тема 3.3 Электронные платежные системы	12
8.	Тема 4.1 Планирование электронного бизнеса	12
9.	Тема 4.2 Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса	8
10.	Тема 4.3 Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса	12
	Итого	94

2.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Самостоятельная работа студентов, как организационная форма обучения, представляет собой систему педагогических условий, обеспечивающих управление учебной деятельностью студентов по приобретению знаний и умений учебной деятельности без посторонней помощи.

Самостоятельная работа выполняет важные функции:

- образовательную (способствует усвоению знаний, профессиональных умений и навыков, обеспечивает формирование профессиональных компетенций будущего специалиста);
- воспитательную (формирует потребность в самообразовании, максимально развивает познавательные и творческие способности личности);
- развивающую (стимулирует побуждение к исследовательской деятельности).

Самостоятельная работа осуществляется в двух основных видах:

- обязательная самостоятельная работа;
- дополнительная самостоятельная работа.

Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования предусматривается выделение в учебных планах времени, отводимого на самостоятельную (внеаудиторную) работу студентов.

Обязательная самостоятельная работа определена учебным планом в количестве 94 часов. Она включает в себя изучение дополнительных литературных источников и электронных ресурсов, иных практических заданий, подготовка к занятиям, зачету, экзаменам и др.

Дополнительная самостоятельная работа студентов проводится вне обязательной работы, исходя из личных интересов, склонностей и потребностей студента.

Самостоятельная работа осуществляется на протяжении изучения всего курса дисциплины, требует от студента повышенного внимания, дисциплинированности, желания в приобретении нового знания.

Студент должен определить для себя мотивацию изучения курса, уяснить, что получаемые знания необходимы для квалифицированного специалиста в области информационных систем и технологий.

Самостоятельная работа студента предусматривает не только изучение всего объема материала курса, но и повышения своей грамотности и эрудиции в информационной сфере. Для этого студент должен не только изучать литературу, периодические издания, но и следить за обстановкой в стране и мире в области информационных технологий.

Самостоятельная работа студентов при изучении дисциплины «Электронный бизнес» преследует следующие цели:

– *образовательная*: усвоение и закрепление теоретического материала, содержащегося в лекции преподавателя; изучение дополнительной литературы по теме.

– *практическая*: выработка умений и навыков правильного толкования и применения понятий и полученных знаний при решении конкретных задач, умений работы с технической и программной документацией.

Работая самостоятельно и осуществляя самоконтроль, студент сам определяет адекватный для себя метод добывания информации и задача преподавателя – способствовать в обеспечении студента необходимыми теоретическими и нормативными источниками, четкая ориентация в проблематике изучаемой темы, постановка соответствующих задач и контроль над выполнением полученных заданий.

Структура изучаемого курса носит комплексный характер и построена таким образом, что изучение последующей темы требует закрепления предыдущей.

Основными формами самостоятельной (внеаудиторной) работы студентов по дисциплине являются:

- подготовка к лекциям;
- подготовка к лабораторному занятию по определенной теме;
- подготовка к контролю знаний (тестированию, контрольным работам, зачету, экзамену);
- индивидуальная работа с преподавателем (консультации), участие в научных и научно-практических студенческих конференциях.

Подготовка к лекциям.

В ходе лекционных занятий студенты получают базовый уровень приобретаемых знаний. Преподавателем раскрываются основные теоретические положения изучаемого материала, акцентируется внимание на основных проблемных вопросах темы.

Самостоятельная работа начинается до прихода студента на лекцию. Весьма эффективно использование «системы опережающего чтения», т.е. предварительного прочтения лекционного материала, содержащегося в учебниках, учебных пособиях, в результате чего закладывается база для более глубокого восприятия лекции.

Бытующая точка зрения, что «на лекции можно не ходить, так как есть учебники, всегда можно в них потом прочитать материал» или воспользоваться лекциями прилежного сокурсника зачастую является причиной получения неудовлетворительных оценок, так как ничто не может заменить живое общение лектора с аудиторией.

В целях более успешного освоения материала предлагается предварительно ознакомиться с основной литературой, рекомендованной преподавателем, нормативным материалом по исследуемой теме.

При прослушивании лекции не рекомендуется механическое стенографирование получаемой информации, здесь

более уместны вдумчивость и осмысленность при получении нового знания. Необходимо отражать в тетради возникающие по ходу лекции вопросы, с тем, чтобы можно было уделить им особое внимание.

Не всегда во временных рамках изложения материала одной лекции преподавателем могут быть отражены все аспекты исследуемой темы, в связи с этим при закреплении полученного материала необходимо обращаться к основной и дополнительной литературе.

Все лекции целесообразно конспектировать.

Конспект – это сокращенная запись материала своими словами, цитатами, тезисами. Творческий конспект сопровождается собственными мыслями, вопросами, сомнениями, рассуждениями. Конспект удобно вести тезисно.

Тезис – это положение, кратко излагающее какую-либо идею, основную мысль лекции, доклада, статьи, документа.

Часто конспект лекции сопровождается схемами, таблицами, рисунками, т.е. оформляется опорным конспектом. Опорный конспект – средство наглядности, содержащее необходимую для запоминания учебную информацию по правилам мнемоники (искусства запоминания). Использование опорных конспектов, как показывает практика, служит эффективным средством усвоения материала.

Подготовка к лабораторному занятию.

Лабораторные занятия призваны закрепить, углубить знания студентов, полученные на лекциях, консультациях и в результате самостоятельной работы с литературой, развить у них научное мышление.

На лабораторных занятиях у студентов вырабатывается необходимые умения решать практические задачи.

Лабораторные работы также являются формой контроля преподавателя за самостоятельной работой студентов.

Подготовка к занятию требует, прежде всего, чтения рекомендуемых источников, монографических материалов, их реферирования, подготовки сообщений.

При изучении курса «Электронный бизнес» особое внимание необходимо обратить на овладение специальной терминологией, поскольку терминологическая грамотность – важное требование к изучению специальной литературы. Для студента в книгах не должно быть ни одного непонятого слова. Поэтому студенту следует активно использовать различного рода словари и энциклопедии, пользоваться глоссарием, представленным в УМК.

Качественная самостоятельная подготовка студента к лабораторному занятию предполагает

- знание не только учебной, но и дополнительной литературы (монографий, статей) по излагаемым вопросам;
- обладание навыками изложения имевших место в литературе и практике проблемных и спорных положений по различным вопросам дисциплины, мнений различных авторов;
- формулирование и обоснование своей позиции по проблемным и спорным вопросам;
- умение оформлять излагаемый материал в логической последовательности, структурировать содержание так, чтобы ответ был полным и завершенным.

Проведение занятий основывается на необходимости органического сочетания теоретических и практических знаний, которые студенты должны усвоить в процессе подготовки и проведения занятий.

Как уже отмечалось, специфика информационных систем и технологий, как и многих других отраслевых дисциплин, состоит в необходимости выработки практических навыков применения ЭВМ для решения конкретных задач. В связи с этим, занятия сочетают в себе, как теоретическую, так и практическую часть, когда в начале занятия рассматриваются

теоретические вопросы, а затем студенты решают ситуационные задачи, практические задания и др.

Методика выполнения лабораторных работ должна обеспечить:

- овладение основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки информации;

- овладение навыками работы с компьютером как средством управления информацией;

- овладение навыками работы с информацией в глобальных компьютерных сетях;

- овладение навыками работы с информацией из различных источников).

- решение задач, поставленных в лабораторной работе.

По каждой лабораторной работе должен быть подготовлен отчет, в котором изложены основные выводы по предложенным в работе вопросам.

Рекомендации по работе с литературой:

- необходимо анализировать прочитанное, выяснять значение неизвестных терминов и понятий, искать ответы на значимые для обучающегося вопросы;

- при чтении использовать различные способы маркировки научного текста (закладки, стикеры, подчеркивания, особая знаковая система и др.);

- следует делать выписки всего, что может пригодиться в работе (интересные мысли, факты, точки зрения и т.п.). Однако не стоит сразу же увлекаться конспектированием больших кусков текста. Для этого необходимо проработать и промаркировать весь объем исследуемого материала;

- критически оценивать прочитанную информацию с точки зрения значимости для исследования.

При работе с литературой необходимо придерживаться следующих рекомендаций:

- в сети Интернет размещено огромное количество публикаций, поэтому нужно вдумчиво фильтровать ее;

- готовые доклады, статьи и т.п., размещенные в Интернет, зачастую сомнительного качества и не всегда содержат актуальный материал;

- соблюдать этику цитирования – делать соответствующие сноски на источники с указанием автора, названия публикации, выходных данных, страниц, которые использовались при цитировании;

- для проведения исследования при подготовке работы целесообразно составлять подробный план работы, при необходимости корректировать его;

- хранить рабочий материал в систематизированном виде (файлы, папки, вырезки и т.п.). При работе на компьютере рекомендуется создавать резервные копии файлов на автономных носителях (дисках, флешках, отдельных жестких дисках и т.п.). Как показывает практика – проблемы с потерей информации возникает в самый неподходящий момент, восстановить утраченное порой довольно сложно.

Подготовка к контролю знаний (тестированию, зачету, экзамену).

В учебном процессе используются различные средства контроля знаний студентов (устные, индивидуальные, фронтальные, письменные опросы; контрольные работы, тестирование, составление кроссвордов, схем, решение ситуационных задач, компьютерное тестирование, ролевые игры, дискуссии, написание эссе, докладов, рефератов, коллоквиумы и пр.).

Преподаватель по своему усмотрению планирует учебный процесс, включая в него как традиционные, так и нетрадиционные активные и интерактивные формы контроля.

Среди общих рекомендаций можно выделить:

- необходимость тщательного изучения теоретического материала (конспекта лекции, учебников и учебных пособий, дополнительной литературы);

- целесообразность закрепления знаний и практических навыков путем решения ситуационных задач;
- систематичность проведения самостоятельной работы студента по изучению дисциплины.

Контроль знаний студентов проводится в целях выявления и диагностики результатов обучения, повышения качества знаний, активизации познавательной деятельности студентов, воспитания у студентов чувства ответственности за результаты обучения, формирования его мотивации, управления процессом усвоения знаний в целом.

Рекомендации по решению тестов.

Тест состоит из вопросов и предлагаемых кратких формулировок возможных ответов на вопросы.

В ходе тестирования необходимо внимательно прочитать условия вопроса теста и выбрать ответ.

Если условия теста предполагают несколько правильных ответов, нужно выбрать несколько.

При тестировании в СДО «Прометей» возможен выбор режима тестирования: тренинг или самопроверка. При контрольном тестировании – режим экзамен.

Рекомендации по подготовке к зачету.

При подготовке ответа на каждый вопрос следует придерживаться структуры соответствующей темы, предложенной в разделе Содержание разделов учебной дисциплины (модуля) Рабочей программы.

При подготовке к зачету целесообразно составить план (схему) ответа на каждый вопрос и зафиксировать его на каком-либо носителе. По отдельным этапам такого плана полезно записать основные тезисы.

Не следует стараться выучить весь материал наизусть. Важно понять материал, чему будет способствовать концентрация мыслей на ключевых мыслях и понятиях.

Усвоению материала хорошо способствует выполнение заданий, представленных в лабораторных работах. Поэтому не

будет лишним по отдельным вопросам обратиться к ранее выполненным работам.

Индивидуальная работа с преподавателем (консультации), участие в научных и научно-практических студенческих конференциях, работа в научном кружке.

В процессе организации самостоятельной работы большое значение имеют консультации преподавателя, в ходе которых можно решить многие проблемы изучаемого курса, уяснить наиболее сложные вопросы.

Консультации являются одной из форм руководства самостоятельной работой студентов и оказания им помощи в освоении учебного материала. Они проводятся регулярно в соответствии с установленными на кафедрах графиками в часы самостоятельной работы и носят в основном индивидуальный характер. При необходимости, в том числе перед проведением лабораторных занятий, учебных игр, экзаменов (зачетов), могут проводиться групповые консультации.

Наиболее ценны консультации, не связанные с учебными занятиями, относящиеся к самостоятельной работе обучающегося в интересующей его научной области. Такие консультации проводятся по курсовому и дипломному проектированию и приобретают характер индивидуальных занятий. Они помогают студенту избрать правильные методы работы, не снижая его ответственности за принятые решения.

Консультации проводятся для всех желающих, которым требуется более серьезная подготовка. Кроме того, в часы консультаций преподаватель принимает студентов, пропустивших занятия с целью отработки последних.

Формы проведения консультаций в ВУЗе разнообразны. Наиболее распространена вопросно-ответная, когда один или несколько студентов задают вопросы, а преподаватель отвечает на них. Иногда консультация протекает в виде беседы преподавателя с обучающимися по затронутым ими вопросам изучаемого учебного материала.

Участие в научных и научно-практических конференциях, работа в научном кружке кафедры – одна из форм научно-исследовательской деятельности студентов. Научные кружки, студенческие научные общества и конференции позволяют студенту начать полноценную научную работу, найти единомышленников, поделиться своими взглядами, результатами исследований. Так или иначе, научной работой занимаются все студенты ВУЗа при написании рефератов, курсовых и выпускных квалификационных работ.

Написание статей, докладов, участие в конференциях позволяет развить творческие способности наиболее успевающих и одаренных студентов, повысить качество подготовки специалистов.

3. КОНТРОЛЬ РЕЗУЛЬТАТОВ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ И КРИТЕРИИ ИХ ОЦЕНКИ

Для проверки результатов изучения дисциплины предусмотрено две формы контроля: текущий, промежуточный.

Текущий контроль результатов изучения учебного курса студентами очной формы обучения осуществляется на лабораторных занятиях (ответы на вопросы, решение задач и др.).

Формой промежуточного контроля является зачет.

При проведении промежуточной аттестации преподаватель руководствуется Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов Автономной некоммерческой организации высшего образования «Белгородский университет кооперации, экономики и права» утвержденным Ученым советом университета.

При промежуточной аттестации степень освоения обучающимися компетенций, установленных программой дисциплины (модуля) определяются следующими оценками:

– по экзаменам и дифференцированным зачетам: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно»;

– по зачетам: «зачтено» и «незачтено».

Процедура оценивания результатов освоения программы дисциплины (модуля), включает в себя оценку уровней обученности: «знать», «уметь», «владеть» на каждом этапе формирования компетенции.

Профессиональные знания студента могут проверяться при ответе на теоретические вопросы, при выполнении тестовых заданий, практических работ.

Степень владения профессиональными умениями, навыками, уровень сформированности элементов компетенций – при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий.

Критерии оценки качества знаний студентов:

При использовании традиционной формы аттестации (зачет) шкала оценивания по результатам аттестационного испытания: «зачтено» и «не зачтено».

Оценка	Показатели и	
Отлично 5	Обучающийся имеет глубокие знания, умения, навыки, демонстрирует	Образцовый ответ
Хорошо 4	Обучающийся имеет полные знания, умения, навыки, демонстрирует	Законченный, полный ответ с минимальными
Удовлетворительно 3	Обучающийся имеет низкий уровень знаний, умений, навыков,	Ответ, содержащий недочеты
Неудовлетворительно 2	Обучающийся имеет пробелы в знаниях, умениях, навыках, демонстрирует непонимание проблемы, задания не выполнены, требуются дополнительные занятия для освоения компетенций	Минимальный ответ

Оценка	Показатели и критерии оценки	
Зачтено	Обучающийся имеет глубокие знания, умения, навыки, демонстрирует полное понимание проблемы, все задания выполнены	Образцовый ответ
	Обучающийся имеет полные знания, умения, навыки, демонстрирует значительное понимание проблемы, все задания выполнены	Законченный, полный ответ с минимальными недочетами
	Обучающийся имеет низкий уровень знаний, умений, навыков, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство заданий выполнены	Ответ, содержащий недочеты
Не зачтено	Обучающийся имеет пробелы в знаниях, умениях, навыках, демонстрирует непонимание проблемы, задания не выполнены, требуются дополнительные занятия для освоения компетенций	Минимальный ответ

3.2. ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ И ЭКЗАМЕНУ

1. Основные понятия: сетевая экономика, электронный бизнес, электронная коммерция.
2. История становления сетевой экономики и электронного бизнеса.
3. Переход к сетевой экономике как основе формирования информационного общества в России.
4. Глобализация экономической деятельности.
5. Понятие сетевых форм организации. Преимущества создания новых форм организации.
6. Интернет-экономика как стимул появления новых участников рынка.
7. Информационные сети.

8. Преимущества использования Интернет-технологий в экономике.
9. Роль индустрии ИКТ в электронном бизнесе.
10. Социально-экономические выгоды общества от применения Интернет-технологий в экономике.
11. Методы проведения аудита ИКТ.
12. Разработка планов развития ИКТ.
13. Составляющие внутренних бизнес-процессов и персонала в условиях электронного бизнеса
14. Факторы, воздействующие на предпринимательскую деятельность.
15. Понятие сетевых форм организации.
16. Интернет-экономика как стимул появления новых участников рынка.
17. Преимущества создания новых форм организации.
18. Факторы, воздействующие на предпринимательскую деятельность.
19. Внутрифирменное предпринимательство.
20. Модели электронного бизнеса.
21. Модели электронного бизнеса. Брокерская модель.
22. Модели электронного бизнеса. Рекламная модель.
23. Модели электронного бизнеса. Модель информационного посредничества.
24. Модели электронного бизнеса. Торговая модель.
25. Модели электронного бизнеса. Модель производителя.
26. Коммуникативная политика в интернете.
27. Web-сайт как основа системы коммуникаций в Интернете. Тест в системе СДО «Прометей» по теме
28. Этапы создания web-сайта.
29. Технологии создания web-сайтов.

30. Методология продвижения бизнеса в интернете: поисковые системы и каталоги, интернет- порталы, социальные сети и блоги, рассылки ЭП, веб-оптимизация, баннеры, контекстная реклама, потоки новостей, связь интернет-маркетинга с применением ИКТ во внутренних бизнес-процессах на предприятии.

31. Понятие, сущность электронной коммерции (ЭК). Фазы процесса ЭК.

32. Сектора ЭК.

33. Отличительные особенности от традиционной коммерции. Электронная информация. Потребители электронной коммерции.

34. Законодательство в сфере ЭК.

35. Компоненты систем электронной коммерции и их взаимосвязь, платежные системы, связь систем электронной коммерции с веб-маркетингом, внутренними бизнес-процессами, системой CRM, системой SCM.

36. Сущность и содержание электронных платежей. Классификация электронных платежей.

37. Российские системы электронных платежей.

38. Формы расчетов: цифровые деньги, электронные чеки, банковские карты, электронные деньги.

39. Защита информации в электронных платежных системах.

40. Основные бизнес-стратегии предприятия при выходе на электронный рынок.

41. Организация межкорпоративной и розничной торговли.

42. Система инфраструктурного обеспечения электронного бизнеса: телекоммуникационные, сетевые и программные технологии.

43. Эффект и эффективность. Виды эффективности.

44. Финансовые аспекты деятельности предприятий электронного бизнеса.

45. Типовые статьи доходов и расходов электронного предприятия.
46. Методы оценки бизнес-проектов.
47. Методики мониторинга эффективности функционирования предприятий электронного бизнеса.
48. Стратегия продвижения бизнеса в Интернете.
49. Определение эффективности предприятий электронного бизнеса.
50. Понятие, сущность электронного магазина.
51. Схема принятия решения о покупке.
52. Классификация электронных магазинов.
53. Факторы успеха развития Интернет-магазина.
54. Проектирование функциональных возможностей магазина: архитектура сайта, создание проекта, загрузка данных.

4. МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная

1. **Кобелев, О. А.** Электронная коммерция [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. А. Кобелев ; ред. С. В. Пирогов. – 4-е изд. перераб. и доп. – М. : Дашков и К°, 2015. – 684 с.
2. Электронный бизнес [Текст] : моногр. / под общ. ред. В. В. Дика и А. И. Уринцова. – М.: Горячая линия -Телеком, 2015. – 541 с.

Дополнительная

1. **Баин, А. М.** Автоматизированные информационные системы электронных бизнес-отношений [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. М. Баин. – М. : Финансы и статистика, 2009. – 208 с.
2. **Денисов, Д. П.** Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции [Электронный ресурс] : учебное пособие / Д. П. Денисов. – М.: Лаборатория книги, 2012. – 110 с.
3. **Крахоткина, Е. В.** Системы электронной коммерции и технологии их проектирования : учебное пособие / Е. В. Крахоткина. – Ставрополь: СКФУ, 2016. – 129 с.
4. **Мартиросян, К. В.** Интернет-технологии : учебное пособие / К. В. Мартиросян, В. В. Мишин. – Ставрополь: СКФУ, 2015. – 106 с.
5. **Царелашвили, Р. А.** Электронная торговля [Электронный ресурс] : учебное пособие / Р. А. Царелашвили. – М. : Лаборатория книги, 2012. - 95 с.
6. **Шарков, Ф. И.** Интерактивные электронные коммуникации (возникновение "Червертой волны") : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд. - : Дашков и К: М., 2012 – 260 с.
7. **Шулепов, В. И.** Основы электронной коммерции [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. И. Шулепов, Г. Р. Шакирова. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2014. – 109 с.

4.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. <http://www.e-commerce.ru> Справочно-консультационный центр по электронной коммерции E-COMMERCE.ru
2. <http://www.e-managment.ru> Консультационный центр развития электронного бизнеса
3. <http://www.marketing.spb.ru> Информационный портал, содержащий публикации по маркетингу, в том числе по Интернет-маркетингу
4. <http://www.promo.ru> Интернет-агентство PROMO.RU
5. <http://www.citforum.ru> Сервер информационных технологий
6. <http://www.e-money.ru> Сайт «Платежные системы Интернет»
7. <http://www.rocit.ru> Региональный общественный центр Интернет-технологий
8. <http://elbi.bos.ru> ЭлБи Электронный Бизнес

4.3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Библиотека БУКЭП.
2. Аудитории, закрепленные за кафедрой информационных систем и технологий, оборудованные компьютерной техникой и системами мультимедиа.

4.4. ГЛОССАРИЙ

Информационное общество	историческая фаза развития цивилизации, в которой главными продуктами производства становятся информация и знания
-------------------------	---

Сеть	глобальное средство коммуникаций, обеспечивающее обмен текстовой, иллюстративной, аудио- и видеоинформацией
Сервер сети Интернет	программно-аппаратный комплекс, установленный на компьютере, подключенном к высокоскоростной магистрали Интернета
Браузер	клиентская программа для работы в Интернете, которая обращается к серверу, читает документ, сверстанный средствами HTML, интерпретирует полученную информацию и отображает содержание документа
Web-сайт	набор web-страниц, связанных между собой ссылками и хранящихся на одном сервере
Web-портал	набор Web-сайтов, которые связаны между собой ссылками и хранятся на разных серверах
TCP (Transmission Control Protocol)	общепринятый стандарт, описывающий правила отправки и приема информации между несколькими подключенными к сети компьютерами
Домен	логическая зона, управляемая одним или несколькими специальными компьютерами

IP-адрес	основной сетевой адрес, который присваивается каждому компьютеру при входе в сеть
URL-адрес	универсальный адрес, который применяется для обозначения имени каждого объекта хранения в Интернете
Коммутируемый удаленный доступ (англ. «dial-up»)	услуга, позволяющая компьютеру подключаться к другому компьютеру для инициализации сеанса передачи данных посредством телефонной сети общего пользования и специального оборудования (модема) по протоколу PPP (Point-to-Point)
ISDN (англ. Integrated Services Digital Network – «цифровая сеть с интеграцией служб»)	коммутируемый доступ по цифровой телефонной сети, обеспечивающей цифровое соединение для поддержания широкого спектра информационных услуг: телефония, видеоконференции, доступ в Интернет и т. п.
<i>xDSL</i> (англ. <i>Digital Subscriber Line</i> – «цифровая абонентская линия»)	семейство технологий, позволяющих значительно расширить пропускную способность телефонных сетей общего пользования благодаря применению эффективных линейных кодов и адаптивных методов коррекции искажений линии на основе специальных методов цифровой обработки сигнала.
Хостинг	услуга по предоставлению дискового пространства для физического размещения информации на сервере, постоянно находящегося в сети

Виртуальный хостинг	вид хостинга, при котором множество web-сайтов расположено на одном web-сервере, но они все вместе пользуются одним и тем же программным обеспечением
Выделенный сервер	вид хостинга, при котором предоставляется отдельный физический сервер с определенным дисковым пространством, памятью, процессорами и другими ресурсами
Коллокация	услуга связи, состоящая в том, что провайдер размещает оборудование клиента на своей территории и подключает его к каналам связи с высокой пропускной способностью
Скрипт	специальная программа, которая формирует web-страницу. Обычно скрипты используются для составления web-страниц, которые должны быстро меняться, в зависимости от действий пользователя
Сетевая экономика	это среда, в которой любая компания или индивид, находящиеся в любой точке экономической системы, могут контактировать легко и с минимальными затратами с любой другой компанией или индивидом по поводу совместной работы, торговли, обмена идеями или просто для удовольствия
Сетевая экономика	качественно новая форма экономического порядка, которая вытесняет иерархические (командные) и рыночные формы из обслуживания экономических отношений в общест

Виртуальный агент	представитель пользователя, на которого возлагается выполнение определенных функций. обычно не имеет визуального или иного образа пользователя, а только отражает его действия
Информационно-экономическое пространство	совокупность прямых и непосредственных связей, установленных предприятием в сети
Дистанционная работа (или телеработа)	способ сотрудничества, при котором работодатель и наемный работник входят в контакт посредством современных средств связи
Фриланс	выполнение работы без заключения долговременного договора с работодателем
Сетевая коммерция	любая транзакция, совершенная посредством сети связанных между собой компьютеров, после которой происходит передача права собственности или права пользования товаром или услугой
Банковская карта	инструмент доступа к лицевому счету одного из банков, эмитировавшего карту
Информационно-технологическая инфраструктура	совокупность информационно-технологических решений: персональных компьютеров, серверного и телекоммуникационного оборудования, программных средств, документации, а также процедур, обеспечивающих функционирование

	информационных технологий в рамках деятельности предприятия
Система электронных платежей	система расчетов, заключения контрактов и перевода денег с помощью средств электронной коммуникации, так-же СЭП подразумевает под собой комплекс аппаратных и программных средств, предназначенных для осуществления безналичных расчетов и других кредитно-финансовых операций
система управления содержимым сайта	компьютерная программа, предназначенная для управления текстовым и графическим содержимым (контентом) сайта, и предоставляющая пользователю удобные инструменты хранения и публикации информации
Рейтинг сайта	количество уникальных посетителей сайта в сутки
Индекс цитирования	показывает, сколько чужих сайтов ссылаются на ресурс
Модель интранета	создание и использование внутренней единой информационной сети предприятия
Модель бизнес для бизнеса	сектор рынка, ориентированный на организацию взаимодействия между компаниями в процессе производства и продажи товаров (услуг)
Интернет-страхование	комплекс элементов отношений страховой компании и ее клиента, возникающих в процессе продажи продукта страхования, его обслуживания и выплаты страхового возмещения, если страхование полностью или по большей части

	осуществляется с использованием интернет-технологий
Интернет-биржа	торговая площадка в Интернете, через которую государство, юридические лица ведут торговлю товарами, акциями и валютой
Модель бизнес для потребителя	сектор рынка, ориентированный на работу с конечными физическими потребителями товаров или услуг
Модель автоматизации полной	сочетает в себе систему электронного заказа, автоматизацию процесса закупок и продвижение товара к конечному потребителю через собственные электронные магазины
Баннер	рекламное изображение фиксированного размера, как правило содержащее анимацию, которое выполняет роль гиперссылки на тот или иной ресурс Интернета
Транзакция	инициируемая держателем банковской карты последовательность сообщений, вырабатываемых участниками системы и передаваемых от участника к участнику для обслуживания держателя карты
Шлюз	программа, предназначенную для соединения двух сетей, использующих различные протоколы, благодаря чему становится возможным обмен данными между ними

Программно-аппаратные средства защиты информации	сервисы безопасности, встроенные в сетевые операционные системы
Протоколирование	процесс сбора и накопления информации о событиях, происходящих в информационной системе предприятия
Аудит	процедура анализа накопленной в результате протоколирования информации
Экран	средство разграничения доступа клиентов из одного сетевого множества к серверам, принадлежащим другому сетевому множеству
Цифровые сертификаты	определенная последовательность битов, основанных на криптографии с открытым ключом

Учебно-методическое издание

Колос Наталья Викторовна

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС

Методические материалы по дисциплине

Издано в авторской редакции
Компьютерный набор и верстка *Н.В. Колос*

Сдано в набор 10.09.2017 г. Подписано в печать 16.10.2017 г.

Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная.

Гарнитура Times New Roman. Ризография. Усл. печ. л. 4,2.

Тираж 200 экз. Заказ.

Издательство Белгородского университета кооперации, экономики и права
308023, г. Белгород, ул. Садовая, д. 116а