

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОГЛАСОВАНО**

**Заведующий кафедрой**

**Кафедра маркетинга и  
международного  
администрирования**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий ОП ВО

**УТВЕРЖДАЮ**

**Заведующий кафедрой**

**Кафедра маркетинга и  
международного  
администрирования**

наименование кафедры

**и.о. И.В. Филимоненко**

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС**

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 Электронный бизнес

Направление подготовки /  
специальность 38.04.02 Менеджмент

Направленность  
(профиль)

Форма обучения

очная

Год набора

2021

Красноярск 2021

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

---

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

Направление 38.04.02 Менеджмент

---

Программу  
составили

---

## **1 Цели и задачи изучения дисциплины**

### **1.1 Цель преподавания дисциплины**

Дисциплина «Электронный бизнес» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры) входит в число дисциплин по выбору программы подготовки магистров 38.04.02.08 «Инновационный менеджмент и технологии цифрового маркетинга».

Целью преподавания дисциплины «Электронный бизнес» является в условиях цифровизации общества и экономики получить навыки использования современных технологий для реализации различных форм деловой активности, в том числе продаж, платежей, закупок и др. в электронной среде, а так же технологий, необходимых для проектирования и эксплуатации систем и предприятий электронного бизнеса. В результате изучения дисциплины студент должен приобрести теоретические знания, практические умения и навыки, необходимые для его профессиональной деятельности в соответствии с программой подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент (профиль 38.04.02.08 «Инновационный менеджмент и технологии цифрового маркетинга»).

Методологическую основу изучения вопросов дисциплины «Электронный бизнес» составляет комплексный подход: знание (знание конкретного материала, терминологии, определений и т.п.); понимание (объяснение, интерпретация, экстраполяция); применение (знание способов использования); анализ (видение связей, структуры); синтез (проектирование деятельности); оценка (профессиональные суждения).

Обучение по дисциплине основано на использовании активных методов и форм, нацеленных на формирование умений и практических навыков (семинарские занятия, анализ конкретных ситуаций, работа в малых группах, практикующие упражнения, дискуссии, проектные задания и т.д.). Все теоретические положения подтверждаются практическими примерами и прорабатываются на деятельностном уровне.

### **1.2 Задачи изучения дисциплины**

В процессе изучения дисциплины студенты должны ознакомиться с основами создания и управления виртуальным предприятием, способным к динамической трансформации и адаптации в условиях критических изменений деловой, социальной и технологической сред. Изучение дисциплины направлено на решение следующих задач:

- получение комплексного представления о национальных и глобальных тенденциях формирования и развития электронного бизнеса;
- систематизированное изучение концептуальных подходов к построению электронного бизнеса;
- освоение современных технологии электронной коммерции, базирующиеся на достижениях в сферах информационных сетей, в том числе сети Интернет, веб-технологиях, передовых информационных технологиях.
- приобретение практических навыков управления контентом виртуальной организации;
- освоение возможностей обеспечения безопасности предприятий электронной коммерции и обеспечения информационной безопасности.

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

<b>ПК-4:Способность к разработке и анализу программ (проектов) развития инфраструктурной поддержки инновационной деятельности на различных уровнях управления продвижения инновационной продукции</b>	
<b>ПК-4.1:Знать методологические и методические особенности стратегических и тактических методов и инструментов управления рисками организаций, в том числе в сфере закупок;</b>	
Уровень 1	особенности организации бизнеса в электронной среде с учетом возникающих рисков и возможностей
Уровень 1	выбирать бизнес-модель в электронной среде с учетом возникающих рисков и возможностей
Уровень 1	навыками использования управленческих инструментов по минимизации рисков при ведении бизнеса в условиях электронной среды
<b>ПК-4.2:Уметь формировать концепции и модели инновационного развития, сценарные варианты и механизмы взаимодействия стратегических критериев в системе управления рисками</b>	
Уровень 1	коммуникативные технологии, применяемые в сфере электронного бизнеса как способа инновационного развития
Уровень 1	обосновывать выбор эффективных технологий, обеспечивающих обмен информацией в цифровых каналах в рамках модели инновационного развития
Уровень 1	навыками использования коммуникационных технологий для реализации бизнеса в электронной среде как способа инновационного развития
<b>ПК-4.3:Владеть методами стратегического регулирования, контроля и аудита процесса управления рисками</b>	
Уровень 1	возникающие риски при организации бизнеса в электронной среде
Уровень 1	прогнозировать риски, возникающие при организации бизнеса в

	электронной среде
Уровень 1	навыками снижения вероятности наступления рисков при организации бизнеса в электронной среде

#### 1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Изучение дисциплины базируется на знаниях основ экономики, статистики, менеджмента и маркетинга и web-технологий, которые магистры, обучающиеся по данной образовательной программе, получают при изучении следующих дисциплин:

обязательной части Блока 1. «Дисциплины (модули)»: «Экономика и управление бизнеса: цифровая трансформация», «Управление бизнес-процессами», «Стратегический менеджмент»; «Стратегический анализ»;

части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. «Дисциплины (модули)»: «Инновационный маркетинг и инновационный менеджмент».

Учебная дисциплина «Электронный бизнес» позволяет магистрантам углубленно изучать профессиональные дисциплины: «Digital-маркетинг и рыночная аналитика», дает основу для последующего изучения дисциплины «Управление омни-каналами организации», «Цифровые технологии для продвижения инноваций» и выполнения научно-исследовательской работы.

Указанные связи и содержание дисциплины «Электронный бизнес» дают обучающимся системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с ФГОС ВО, что обеспечивает необходимый теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения будущей деятельности в качестве менеджера высшей квалификации по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» программы магистратуры 38.04.02.08 «Инновационный менеджмент и технологии цифрового маркетинга».

#### 1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

<https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=29908>

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		2
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>3 (108)</b>	<b>3 (108)</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>0,61 (22)</b>	<b>0,61 (22)</b>
занятия лекционного типа		
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	0,61 (22)	0,61 (22)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>2,39 (86)</b>	<b>2,39 (86)</b>
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
<b>Промежуточная аттестация (Зачёт)</b>		

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Модель электронного бизнеса в системе рыночных отношений	0	4	0	14	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3
2	Организационные основы электронного бизнеса	0	4	0	16	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3
3	Современные составляющие электронной коммерции	0	6	0	24	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3
4	Программное обеспечение электронного бизнеса	0	4	0	16	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3
5	Безопасность электронной коммерции	0	4	0	16	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3
Всего		0	22	0	86	

#### 3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

### 3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Тема 1. Модель электронного бизнеса в системе рыночных отношений «*» (А): 1.1 Специфика ведения бизнеса в условиях интернет-экономики 1.2. Факторы, влияющие на развитие электронного бизнеса 1.3. Современный рынок электронной коммерции: тенденции развития, специфика оценки конъюнктурных показателей	4	0	0
2	2	Тема 2. Организационные основы электронного бизнеса «*» (А): 2.1. Основные виды электронного бизнеса и их характеристика. Классификация субъектов электронного бизнеса 2.2. Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий 2.3 Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса	4	0	0



3	3	Тема 3. Современные составляющие электронной коммерции «*» (А): 3.1.Электронные торговые площадки 3.2.Электронные платежи и системы электронных платежей 3.3. Мобильная коммерция 3.4. Социальная коммерция 3.5. Инновационные решения в электронной торговле	6	0	0
4	4	Тема 4. Программное обеспечение электронного бизнеса «*» (А): 4.1. Создание веб-контента 4.2. Способы реализации веб-контента 4.3. Электронный обмен данными	4	0	0
5	5	Тема 4. Программное обеспечение электронного бизнеса «*» (А): 4.1. Создание веб-контента 4.2. Способы реализации веб-контента 4.3. Электронный обмен данными	4	0	0
Итого			14	0	0

### 3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Итого					

## 5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

## 6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Васильев Г. А., Забегалин Д. А.	Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие для вузов по специальностям 080111 "Маркетинг", 080301 "Коммерция (торговое дело)	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2008
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Китова О. В., Брускин С. Н.	Цифровой бизнес: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019

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

Э1	Издательский Дом Гребенникова	<a href="http://lib.sfu-kras.ru/ejournals/dbaseDescriptions/grebennikov.php">http://lib.sfu-kras.ru/ejournals/dbaseDescriptions/grebennikov.php</a>
Э2	Практический маркетинг	<a href="http://www.cfin.ru">www.cfin.ru</a>
Э3	Маркетинг в России и за рубежом	<a href="http://www.dis.ru">www.dis.ru</a>
Э4	Теория и практика маркетинга. Свободный доступ к результатам различных маркетинговых исследований	<a href="http://4p.ru">4p.ru</a>
Э5	Сетевой журнал о маркетинге и рекламе	<a href="http://7st.ru">7st.ru</a>
Э6	Система размещения контекстной рекламы Google	<a href="http://adwords.google.com">adwords.google.com</a>
Э7	Энциклопедия интернет-рекламы	<a href="http://book.promo.ru/book/">book.promo.ru/book/</a>
Э8	Теория количественных и качественных исследований	<a href="http://comcon-2.com">comcon-2.com</a>
Э9	Мониторинг новостей интернет-маркетинга	<a href="http://marketing.iligent.ru/internet/">marketing.iligent.ru/internet/</a>

## 8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Дисциплина читается одним модулем.

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе – самостоятельной работы студентов. Выделяемые часы целесообразно

использовать для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и практических рекомендаций ведущих российских и зарубежных компаний.

Вся работа по изучению дисциплины «Электронный бизнес» реализуется двумя способами: в аудитории при непосредственном участии преподавателя и с использованием электронного обучающего курса [URL: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=29908>].

На лекционных занятиях в аудиториях вуза проводятся лекции, которые обобщают и дополняют теоретический материал курса.

На практических занятиях в аудитории студент находится в постоянном очном диалоге с преподавателем, имеет возможность получать консультации по выполнению практических заданий.

Электронный курс по дисциплине «Электронный бизнес» систематизирует существующий материал, информационные ресурсы, инструментарий исследования и анализа рынка, которые необходимы магистранту, закончившему образовательную программу магистратуры по направлению 38.04.02 «Менеджмент», и предлагает весь материал знаний в удобном формате.

Промежуточный контроль освоения материалов курса осуществляется на практических занятиях через презентации и обсуждения результатов отдельных практических заданий, а также через тесты к разделам, размещенные в ЭОР.

Курс завершается зачетом, для получения которого необходимо выполнить все практические задания по курсу, расположенного в ЭОР «Электронный бизнес» [URL: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=29908>].

Самостоятельная работа студентов регламентируется структурой трудоемкости освоения дисциплины (раздел 3.1, табл.). По дисциплине «Электронный бизнес» учебным планом предусмотрены такие виды самостоятельной работы, как: изучение разделов теоретического цикла курса; выполнение расчетных практических заданий.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Электронный бизнес» организуется в следующих формах.

1. Изучение теоретического материала по темам и разделам дисциплины. При подготовке к практическим занятиям, выполнении практических работ необходимо пользоваться конспектом лекций, рекомендованной литературой основного и дополнительного списков, которая включает научные труды ведущих специалистов, ученых и практиков (монографии, учебники, учебные пособия). Для подбора литературы используются каталоги научной библиотеки университета, ресурсы сети Интернет.

При изучении теоретического материала по темам и разделам

дисциплины необходимо использовать публикации периодической печати. При изучении литературы необходимо уделять особое внимание изучению всех вопросов, входящих в программу курса, а также подготовке ответов на контрольные вопросы к лекциям и практическим занятиям, которые приводятся в учебном пособии по организации самостоятельной работы студентов, входящем в учебно-методический комплекс дисциплины.

После самостоятельного изучения теоретического материала курса студенты могут дать трактовку основным понятиям и ответить на следующие контрольные вопросы.

1. Специфика и тенденции развития бизнеса в условиях электронной среды
2. Характерные свойства электронной коммерции, ее составляющие
3. Определения и типы электронных торговых площадок
4. Возможности и преимущества электронных торговых площадок.
5. Характеристики основных электронных торговых площадок модели B2C, B2B, B2G, G2B
6. Информационные системы для автоматизации работы в социальных сетях и блогах
7. Социальные сети в предпринимательстве и бизнесе
8. Определение электронной торговли и классификация посредников
9. Характеристика электронного обмена данными
10. Управление контентом и электронным документооборотом в виртуальных компаниях
11. Необходимость стандартизации электронного обмена данными. Типы сообщений в электронном обмене данными
12. Электронный документооборот
13. Сущность, структура и динамика электронных платежей
14. Электронные платежные инструменты
15. Виды платежных систем. Отечественные электронные платежные системы и их краткая характеристика
16. Определение мобильной коммерции, ее основные составляющие. Факторы роста мобильной коммерции. Характеристика мобильной коммерции.
17. Мобильные приложения: характеристика, виды. Мобильные приложения для офлайн и интернет торговли
18. Безопасность предприятий сферы электронного бизнеса
19. Правовые основы информационной безопасности
20. Безопасность электронных платежей

21. Защита персональных данных
22. Инновационные многоканальные технологии в интернет торговле
23. Инновационные информационные системы для управления электронной коммерцией и многоканальными продажами
24. Облачные технологии в торговле
25. Криптографическая защита данных
26. Электронная подпись

2. Самостоятельное выполнение индивидуальных практических заданий (URL: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=29908>).

Практические задания (расчетные задания или анализ кейсов по заранее предложенному алгоритму), оформляются в виде файлов и пересылаются преподавателю на проверку через ЭОР, оценка за задание выставляется преподавателем в ЭОР.

3. Зачет: проводится в форме устного собеседования в аудитории СФУ.

Критерии оценки:

«зачтено» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;

«не зачтено» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задачи.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий, учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся разрабатываются с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей, состояния здоровья на основе рекомендаций, данными МСЭ (медико-социальная экспертиза) или ПМПК (психолого-медико-педагогическая комиссия).

## **9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)**

### **9.1 Перечень необходимого программного обеспечения**

9.1.1	1.	Средства Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, Outlook)
9.1.2	2.	Браузер актуальной версии (Google Chrome, Internet Explorer)
9.1.3	3.	Microsoft Visio или аналог
9.1.4	4.	Графический редактор (возможно использование свободного ПО – аналога PhotoShop или CorelDraw)

## 9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Для обучающихся требуется и обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:
9.2.2	• Информационно справочная система Консультант плюс договор № 21787900202 от 26.05.2016 ООО Информационный центр "Искра" Не ограниченное, бессрочно.

## 10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Электронный бизнес» требуется аудитория, обеспеченная:

1. АРМ (компьютерами) с доступом в локальную сеть СФУ и Интернет.
2. Проектором для демонстрации презентаций и других визуальных средств.