

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Бианкина Алена Олеговна
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.08.2026 11:49:02
Уникальный программный ключ:
b2aeadeef209e4ec32d89f812db7eed614bb00b0c

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК**

Департамент Экономики, управления,
менеджмента и бизнес-информатики



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Бианкина А.О.

Протокол № 1- от 19.01.2026 г.

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТ

Бизнес-аналитика
(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,

Б1.В.16 «ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС»
(код и наименование РПД)

38.03.05 «Бизнес-информатика»
(код, наименование направления подготовки/специальности)

очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора – 2026 г.

г. Москва, 2026 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины (модуля) «Электронный бизнес» являются:

- овладение теоретическими знаниями об организации и функционировании предприятий электронного бизнеса, классификации основных направлений электронного бизнеса, методиках оценки эффективности функционирования электронных предприятий;
- получение практического опыта в области построения эффективной инфраструктуры предприятий электронной коммерции.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Электронный бизнес» относится к базовой части учебного плана ОПОП бакалавриата по направлению 38.03.05 «Бизнес-информатика».

Дисциплина входит в блок Б1.В. 16 учебного плана подготовки бакалавриата направления «Бизнес-информатика».

Знания, полученные в рамках изучения дисциплины, могут быть применены при прохождении практики, выполнении научно-исследовательских работ, подготовке к ВКР (выпускной квалификационной работы).

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Процесс изучения дисциплины «Электронный бизнес» направлен на формирование следующих профессиональных компетенций:

- умение консультировать заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонент (ПК-22);
- умение консультировать заказчиков по рациональному выбору методов ИС и ИКТ управления бизнесом (ПК-23).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) Знать:

- специфику создания и развития электронных предприятий и их компонентов (ПК-22);

- особенности и критерии выбора ИС и ИКТ управления бизнесом (ПК-23).

2) Уметь:

- обосновывать необходимость создания, развития и модернизации инфраструктуры электронного предприятия (ПК-22);

- обосновывать выбор ИС и ИКТ управления бизнесом, исходя из критерия рациональности (ПК-23).

3) Владеть

- навыками консультирования заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонентов (ПК-22);

- навыками консультирования заказчиков по рациональному выбору ИС и ИКТ управления бизнесом (ПК-23).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, применением интерактивных методов (в часах/%)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1	Информационные компьютерные технологии (ИКТ) и их роль в информационном обществе	6	1-2	4	2	2		4		4/50	
2	Информационно-справочные системы и их классификации	6	3-4	4	2	2		4		4/50	
3	Электронная коммерция Основные виды и классификация	6	5-6	4	2	2		4		4/50	Рейтинг-контроль №1
4	Электронные финансовые структуры рынка	6	7-8	4	2	2		4		4/50	
5	Правовые аспекты электронного бизнеса Европейское право	6	9-10	4	2	2		4		4/50	

6	Мировые стандарты электронного бизнеса	6	11-12	4	2	2		4		4/50	Рейтинг-контроль №2
7	Программное обеспечение электронного бизнеса	6	13-14	4	2	2		4		4/50	
8	Электронное управление документами	6	15-16	4	2	2		4		4/50	
9	Планирование и организация электронного бизнеса	6	17-18	4	2	2		4		4/50	Рейтинг-контроль №3
Всего				36	18	18		36		36/50	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика» компетентностный подход к изучению дисциплины «Электронный бизнес» реализуется путём проведения лекционных и практических занятий, а также лабораторных работ с применением мультимедийных технологий. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- информационные технологии;
- работа в команде (малой группе);
- разрешение проблем;
- проблемное обучение;
- индивидуальное обучение;
- междисциплинарное обучение.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль знаний студентов производится в дискретные временные интервалы преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия, а также лабораторные работы по дисциплине, в следующих формах:

- защита лабораторных работ;
- тестирование;
- дискуссии;
- рейтинг-контроль.

Промежуточная аттестация знаний студентов производится по результатам работы в 6-м семестре в форме зачета, который включает в себя ответы на теоретические вопросы.

Фонды оценочных средств, включающие типовые задания и методы контроля, позволяющие оценить знания по данной дисциплине, включены в состав УМКД.

ЗАДАНИЯ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ

Рейтинг-контроль №1

Защита презентации по одной из предложенных тем

1. Использования существующих решений электронного бизнеса в качестве инструментов стратегического развития существующего предприятия.
2. Переработки бизнес-идеи в привлекательный продукт или услугу для сектора электронного бизнеса.
3. Консалтинговых услуг по электронной коммерции.
4. Применения маркетинга и маркетинговых стратегий продаж в единой системе электронной торговли.
5. Управления проектами, направленными на развитие электронного бизнеса.
6. Продвижения стартапов в области электронного бизнеса.
7. Механизмы функционирования электронных торговых площадок. Бизнес-модели электронных торговых площадок.
8. Механизм функционирования электронной биржи.
9. Организация размещения государственных и муниципальных заказов на электронных торговых площадках.
10. Виды и характеристики систем электронной коммерции на потребительском рынке товаров и услуг.
11. Организация аукционной торговли в сети Интернет.
12. Организация электронной торговли туристическим продуктом.

Рейтинг-контроль №2

Дискуссия по проблемным вопросам

1. Электронный бизнес: где искать источники роста.
2. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России.
3. Содержание и генезис электронного бизнеса в рамках понятий информационной экономики.
4. Готовность России к информационному обществу. Оценка ключевых направлений и факторов электронного развития: Аналитический доклад

Рейтинг-контроль №3

Обосновать структуру модели: элементы и взаимосвязи (презентация)

1. Информационная эпоха: экономика, общество и культура.

2. Информационное общество и парадигма экономической теории.
3. Методика выбора оптимального бизнес-проекта (интернет-магазина) на основе многоцелевой оптимизации.
4. Маркетинговая информационная система.

Самостоятельная работа студентов

Самостоятельная работа студентов является неотъемлемой частью процесса подготовки бакалавров. Она направлена на усвоение системы научных и профессиональных знаний, формирования умений и навыков, приобретение опыта самостоятельной творческой деятельности. СРС помогает формировать культуру мышления студентов, расширять познавательную деятельность.

Виды самостоятельной работы по курсу:

а) по целям: подготовка к лекциям, практическим занятиям и лабораторным работам, рейтингам, НИР.

б) по характеру работы: изучение литературы, конспекта лекций, написание эссе, выполнение заданий и тестов, подготовка доклада, презентаций.

Примерная тематика самостоятельной работы

1. Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса.
2. Типология предпринимательских процессов на электронном рынке.
3. Организационно-технологические основы электронной коммерции в сети Интернет.
4. Информационная безопасность электронной коммерции в сети Интернет. Правовое обеспечение электронной коммерции в сети Интернет.
5. Характеристики объектов и субъектов электронной коммерции.
6. Типология объектов электронной коммерции. Субъектный состав электронной коммерции.
7. Организация межфирменного взаимодействия в процессах электронной коммерции: технологии business-to-business.
8. Механизмы функционирования электронных торговых площадок. Бизнес-модели электронных торговых площадок.
9. Механизм функционирования электронной биржи.
10. Организация размещения государственных и муниципальных заказов на электронных торговых площадках.
11. Виды и характеристики систем электронной коммерции, используемых для реализации товарно-нематериальных ценностей и оказания услуг в секторе B2B.

12. Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг: технологии business-to-consumer.
13. Виды и характеристики систем электронной коммерции на потребительском рынке товаров и услуг.
14. Организация аукционной торговли в сети Интернет.
15. Организация электронной торговли туристическим продуктом.
16. Типы и характеристики электронных платежных.
17. Интернет-банкинг: технологии и направления развития.
18. Особенности мобильной и телевизионной коммерции.
19. Технологическая база мобильной коммерции. Процессы мобильной коммерции.
20. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России.
21. Механизм государственного регулирования электронной коммерции в России.
22. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России.
23. Электронный бизнес как направление конкурентной борьбы.
24. Применение методологии системы сбалансированных показателей к построению стратегии развития ИКТ на предприятии.
25. Финансовая и клиентская составляющие ССП в условиях электронного бизнеса.
26. Составляющие внутренних бизнес-процессов и персонала в ССП в условиях электронного бизнеса
27. Факторы, определяющие качество веб-сайта с точки зрения электронного бизнеса.
28. Методика аудита веб-сайта с целью повышения его качества.
29. Связь веб-сайта с внутренними бизнес-процессами.
30. Направления интернет-маркетинга.
31. Проблемы веб-оптимизации.
32. Сравнительная характеристика различных способов продвижения сайтов.
33. Партнерские программы как способ продвижения бизнеса в интернете.
34. Факторы, определяющие роль клиентов с точки зрения электронного бизнеса.
35. Методика оценки ориентированности бизнеса на клиентов с целью повышения конкурентоспособности.
36. Программные решения в развитие клиент-ориентированного электронного бизнеса.
37. Клиент-ориентированная стратегия развития в условиях электронного бизнеса.
38. Определение CRM и примеры использования CRM.
39. Программное обеспечение систем CRM
40. Применение методологии IDEF в создании и развитие систем электронного бизнеса.

41. Практика применения модели конечных автоматов в проектировании сценариев электронной торговли.
42. Программное обеспечение, поддерживающее моделирование бизнес-процессов
43. Краткая характеристика существующих тиражируемых систем.
44. Особенности внедрения и взаимодействия индивидуальных и «коробочных» решений в условиях развития систем автоматизации учета, планирования, управления и документооборота.
45. Понятие SCM и его особенности в условиях электронного бизнеса.
46. Программное обеспечение взаимоотношений с поставщиками.
47. Оптимизация бизнеса с помощью развития систем SCM.
48. Факторы, влияющие на успех стартапа.
49. Анализ рисков принятия решений в области разработки и развития систем электронного бизнеса.
50. Примеры успешных проектов в области электронного бизнеса.
51. Структура и содержание бизнес-плана.
52. Источники финансирования стартапов.
53. Перспективы развития стартапа.
54. Комплекс Интернет-маркетинга. Конвергенция элементов комплекса маркетинга.
55. Основные составляющие электронной коммерции.
56. Принципы функционирования Интернет-экономики.
57. Организация бизнес-процессов в Интернете.
58. Типы систем электронной коммерции и электронного ведения бизнеса.
59. Инфраструктура системы электронной коммерции.
60. Современные системы электронной коммерции.
61. Концепция CRM: основные составляющие, тенденции развития.
62. Определение целей и задач web-сайта. Информационное наполнение web-сайта.
63. Функциональность web-сайта. Интерактивность web-сайта.
64. Структура информации и навигация по web-сайту.
65. Управление разработкой web-сайта предприятия.
66. Содержание интернет-рекламы и ее особенности.
67. Рекламная кампания в Интернет.
68. Методы и средства проведения рекламных кампаний в Интернете.
69. Уровни оценки эффективности интернет-рекламы.
70. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете.
71. Модель потребительского поведения в среде Интернета.

72. Система поддержки потребительского решения в среде Интернета.
73. Общая схема интернет-магазина.
74. Числовые оценки критериев качества интернет-магазина.
75. Основные методы оценки эффективности создания и внедрения бизнес-проектов (интернет-магазинов).
76. Методы оценки эффективности инвестиций, привлекаемых для реализации бизнес-проектов (интернет-магазинов).
77. Методика выбора оптимального бизнес-проекта (интернет-магазина) на основе многоцелевой оптимизации.
78. Маркетинговая информационная система.
79. Организация маркетинговых исследований в Интернете.
80. Инструменты правового регулирования взаимоотношений в электронном бизнесе.

Вопросы к зачету

1. Информационное общество и его особенности. Роль ИКТ в создании информационного общества. ИКТ - основа электронного бизнеса.
2. Пути развития электронного общества. Кризис рынка высоких технологий и его влияние на пути развития. Проблема "последней мили".
3. Сетевые структуры. Локальные и глобальные сети. Интернет и его технологии. Информационные технологии. Языки описания сценариев, документов и языки программирования.
4. Принцип информационно-справочных систем. Поисковые системы. Информационные каталоги.
5. Средства массовой информации. Информационно-аналитические агентства. Информационные системы государственных учреждений. Электронное правительство. Серверы кадровых агентств.
6. Электронная коммерция B2B (бизнес-бизнес).
7. Электронная коммерция B2C (бизнес-потребитель).
8. Электронные магазины. Платежные системы. Защита информации. Цифровые подписи.
9. Сертификационные центры.
10. Коллективные информационные технологии.
11. Финансовые сетевые структуры. Интернет и новые возможности. Виртуальные банки. Электронный фондовый рынок. Интернет страхование.

12. Директивы европейского союза. Принципы использования электронной подписи и сертификации. Заключение договоров с использованием электронных средств. Разрешение споров в электронной коммерции. Федеральный закон РФ об электронной торговле.
13. Международные технические стандарты Интернет-технологий. Типовые решения в электронном бизнесе. Стандарты для безопасности электронной коммерции. Технологический аудит.
14. Главные элементы контент-модели. Процессы по созданию и ведению WEB-контента. Разработка иерархической структуры для хранения и поиска информации.
15. Подготовка формы документов и спецификаций для их технологических циклов. Определение 4 прав пользователя для различных уровней структуры. Публикация документа, рассылка по спискам.
16. Анализ и оценки эффективности бизнес-решения.
17. Способы реализации WEB-контента. Статические сайты. Динамические сайты. Системы WEB-паблишинга. Системы управления WEB-контентом.
18. Реализация бизнес-решения на основе специализированной программы Lotus Domino R5. Реализация бизнес-решения на базе универсального объектно-ориентированного языка JAVA.
19. Основные определения, классификация Электронный документооборот - составная часть систем электронного управления документами (ЭУД). Перспективы развития, системы CRM.
20. Организация ЭУД на базе Lotus Domino.Doc. Средства обмена. Базы данных. Средства администрирования.
21. Средства разработки и управления Lotus Domino.Doc Схемы организации. Шаблоны. Формы документов. Уровни безопасности.
22. Пример организации ЭУД коммерческой фирмы Состав и архитектура. Клиенты. Формы и шаблоны.
23. Планирование электронного бизнеса Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса. Структурированная процесс-модель "бизнес-контент-менеджмент". Бизнес-модели и направления электронного бизнеса.
24. Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса Коммуникационная платформа предприятия электронного бизнеса. Модели организации коммуникационной платформы.
25. Структура информационной платформы электронных предприятий. Модели реализации информационной платформы предприятия электронного бизнеса.

26. Электронная витрина предприятий электронной коммерции Типовая структура электронной витрины. Структурные разделы электронной витрины, их назначение и особенности построения.
27. Системы электронных платежей. Правовые аспекты электронного бизнеса Офлайновые платежные системы. Классификация электронных платежных систем. Кредитные и дебетовые системы. Электронная наличность. Merchant accounts (счета и субсчета торговца). Правовые аспекты организации предприятий электронного бизнеса.
28. Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса. Структура затрат предприятий электронного бизнеса.
29. Доходная часть предприятий электронного бизнеса.
30. Методики мониторинга функционирования предприятий электронного бизнеса. Программные средства.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература:

1. Казиев В.М. Введение в правовую информатику [Электронный ресурс]/ Казиев В.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016.— 136 с .- <http://www.iprbookshop.ru/52147.html>
2. Новая экономика: теория и практика / Е.Ф. Авдокушин; Под ред. Е.Ф. Авдокушина, В.С. Сизова. - М.: НИЦ ИНФРА - М, 2014. - 368 с. Источник: ЭБС Знаниум.- <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=449418>
3. Шредер, К. Специализированный магазин: Как построить прибыльный бизнес в розничной торговле [Электронный ресурс] / Кэрл Шредер ; Пер. с англ. — 2-е изд., доп. и перераб. — М.: Альпина Паблишерз, 2014. — 432 с. - ISBN 978-5-9614-1028-0 — <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520425>

б) дополнительная литература

1. Гаврилов Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса [Электронный ресурс]/ Гаврилов Л.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: СОЛОН-ПРЕСС, 2009.— 592 с. - <http://www.iprbookshop.ru/8723.html>
2. Электронная коммерция: Учебник / Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин, Т.В. Панкина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2012. - 192 с.- <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=304162>
3. Букирь, М. Я. Денежные переводы и прием платежей. Бизнес-энциклопедия [Электронный ресурс] / М. Я. Букирь, В. Ю. Копытин, А. В. Пухов и др.;

ред.-сост. А. С. Воронин. - М.: Маркет ДС: ЦИПСИР, 2010. - 512 с.: 35 ил. - (Библиотека Центра исследования платежных систем и расчетов). - ISBN 978-5-94416-067-6. — <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=407875>

в) интернет-ресурсы:

1. Информационно-правовой портал «Гарант» www.garant.ru
2. Информационно-правовой портал «КонсультантПлюс» www.consultant.ru
3. Информационно-правовой портал «Кодекс» www.kodeks.ru
4. Сайт Журнала российского права www.norma-verlag.com
5. Юридический портал «Правопорядок» www.oprave.ru
6. Центр проблем информационного права - <http://www.medialaw.ru/>
7. Институт развития информационного общества в России - <http://www.iis.ru/index.html>
8. Сайт Комитета Государственной Думы по информационной политике, информационным технологиям и связи <http://www.komitet5.km.duma.gov.ru>
9. Сайт о применении информационных технологий в различных областях <http://biznit.ru>
10. <http://e.lib.vlsu.ru/>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Лекционные занятия:

- учебная аудитория с мультимедийным оборудованием.
- курс лекций по дисциплине.

2. Практические занятия и лабораторные работы:

- компьютерный класс
- презентационная техника: проектор, экран, ноутбук;
- пакеты ПО общего назначения: Microsoft Word и Microsoft PowerPoint.