Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 21.10.2026 12:13:22
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4

к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.ДВ.03.01 Электронный бизнес на международном рынке товаров и услуг
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

09.03.03 Прикладная информатика
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Прикладная информатика в управлении корпоративными информационными системами
(наименование образовательной программы)

Очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора – 2026
Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Семичастный Игорь Леонидович, канд. техн. наук, доцент кафедры информационных технологий

Заведующий кафедрой:

Брадул Наталья Валерьевна, канд. физ.-мат. наук, доцент, заведующий кафедрой информационных технологий

Рабочая программа дисциплины Б1.В.01.ДВ.03.01 Электронный бизнес на международном рынке товаров и услуг одобрена на заседании кафедры информационных технологий факультета государственной службы и управления Донецкого филиала РАНХиГС.

Протокол № 7 от «05» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания
5. Формы аттестации и типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.01.ДВ.03.01 Электронный бизнес на международном рынке товаров и услуг обеспечивает формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС *(при наличии)*	**Код компетенции**	**Наименование компетенции**	**Код индикатора достижения компетенций**	**Наименование индикатора достижения компетенций**	**Образовательный результат**
B/06.5 Адаптация бизнес-процессов заказчика ИС к возможностям типовой ИС в рамках выполнения работ по созданию (модификации) и сопровождению ИС	ПК-1	Способность адаптировать бизнес-процессы заказчика ИС к возможностям типовой ИС в рамках выполнения работ по созданию (модификации) и сопровождению ИС	ПК-1.2	Моделирует бизнес-процессы заказчика ИС в типовой ИС	ПК-1.2. З-6 **Знает:** источники информации, необходимой для профессиональной деятельности при выполнении работ по созданию (модификации) и сопровождению ИС

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины:

2,00 з.е., 72 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 40 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 18 ак.час на лекции и 18 ак.час на практические занятия. 32 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.В.01.ДВ.03.01 Электронный бизнес на международном рынке товаров и услуг реализуется в 1-м семестре 3-го курса.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

3.1. Структура дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час												Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий									Самостоятельная работа			
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации (сессия)						
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Каттэк	Контроль	СРкр	СРэк	СР	
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Раздел 1. Теоретические и организационные основы электронного бизнеса															
Тема 1.	Электронный бизнес и электронная коммерция в цифровой экономике	6	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2	Устный опрос, Контрольное задание
Тема 2.	Экономические модели и стратегии электронного бизнеса	6	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2	Устный опрос, Контрольное задание
Тема 3.	Интернет-маркетинг и технологии продвижения бизнеса	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	4	Устный опрос, Контрольное задание, КТ-1
Раздел 2. Информационные системы и автоматизация электронного бизнеса															
Тема 4.	Моделирование бизнес-процессов в системах	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	4	Устный опрос, Контрольное задание

	электронного бизнеса														
Тема 5.	Автоматизация учета, планирования, управления и документооборота в системах электронного бизнеса	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	4	Устный опрос, Контрольное задание
Тема 6.	Платежные системы и безопасность электронного бизнеса	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	4	Устный опрос, Контрольное задание, КТ-2
Раздел 3. Современные технологии и развитие электронного бизнеса															
Тема 7.	Современные технологии и тренды электронного бизнеса	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	4	Устный опрос, Контрольное задание
Тема 8.	Стартапы и проектирование ИС электронного бизнеса	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	4	Устный опрос, Контрольное задание
Тема 9.	Практика разработки и сопровождения ИС электронного бизнеса	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	4	Устный опрос, Контрольное задание, КТ-3
Промежуточная аттестация.		72	18	0	0	18	0	0	0	4	0	0	0	32	Зачёт
Итого		72	18	0	0	18	0	0	0	4	0	0	0	32	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).
ИК – индивидуальные консультации.
КСР – контроль самостоятельной работы
КЭ – консультации перед экзаменом
Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий
СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.
СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.
СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические и организационные основы электронного бизнеса

Тема 1. Электронный бизнес и электронная коммерция в цифровой экономике. ПК-1.2.

Понятие цифровой экономики, электронного бизнеса и электронной коммерции. Основные направления развития информационного общества и влияние ИКТ на конкурентоспособность предприятий. Модели электронного взаимодействия B2B, B2C, C2C, G2B и особенности их применения в современной экономике. Роль сети Интернет, интранет- и экстранет-технологий в организации электронного бизнеса. Современные тенденции развития мирового и российского рынка электронной коммерции. Источники профессиональной информации и методы их использования при выполнении работ по созданию, модификации и сопровождению информационных систем электронного бизнеса.

Тема 2. Экономические модели и стратегии электронного бизнеса. ПК-1.2.

Бизнес-модели электронного бизнеса и электронной коммерции. Интернет-магазины, маркетплейсы и цифровые торговые площадки как современные формы ведения бизнеса. Конкурентные стратегии предприятий в цифровой среде и модель пяти конкурентных сил М. Портера. Особенности конкурентной борьбы в условиях интернет-экономики. Омниканальность, цифровые платформы и технологии взаимодействия с клиентами. Использование аналитической и маркетинговой информации при стратегическом планировании развития информационных систем электронного бизнеса. Разработка технических заданий

Тема 3. Интернет-маркетинг и технологии продвижения бизнеса. ПК-1.2.

Основы интернет-маркетинга и цифровых коммуникаций в электронном бизнесе. Технологии SEO, SMM и инструменты продвижения товаров и услуг в сети Интернет. Методы анализа поведения пользователей и формирования клиентского опыта. Юзабилити веб-сайтов и особенности построения пользовательских интерфейсов интернет-магазинов. Технологии персонализации продаж и удержания клиентов. Использование информационных ресурсов и аналитических сервисов для повышения эффективности электронного бизнеса и сопровождения ИС.

Раздел 2. Информационные системы и автоматизация электронного бизнеса

Тема 4. Моделирование бизнес-процессов в системах электронного бизнеса. ПК-1.2.

Бизнес-процессы электронного бизнеса и методы их формализации. Моделирование процессов интернет-магазина и информационных потоков предприятия. Нотации IDEF0, DFD и IDEF3, их назначение и применение при проектировании информационных систем. Документирование процессов и формирование требований к ИС электронного бизнеса. Использование профессиональных источников информации при анализе, проектировании и сопровождении информационных систем.

Тема 5. Автоматизация учета, планирования, управления и документооборота в системах электронного бизнеса. ПК-1.2.

Workflow Engine (WE) как движок исполнения бизнес-процессов. Обзор возможностей. ERP-системы (Enterprise Resource Planning) и их роль в автоматизации электронного бизнеса. Нотация BPMN для описания, анализа и оптимизации бизнес-процессов. Основные элементы BPMN: действия, события, шлюзы, потоки управления. Автоматизация учета, документооборота, планирования и управления ресурсами предприятия. Управление цепочками поставок (SCM, Supply Chain Management): планирование спроса, управление запасами, оптимизация логистики. Интеграция SCM с ERP-системами. Технологии электронного обмена данными EDI/EDIFACT: стандарты, структура сообщений, преимущества внедрения. Типы EDI-сообщений (ORDERS, DESADV, INVOIC, PRICAT и др.).

Тема 6. Платежные системы и безопасность электронного бизнеса. ПК-1.2.

Электронные платежные системы и технологии электронного банкинга в электронном бизнесе. CRM. Современные способы онлайн-оплаты и особенности организации электронных транзакций. Информационная безопасность электронного бизнеса и защита данных пользователей. Методы обеспечения безопасности электронных платежей и сетевого взаимодействия. Нормативно-правовое обеспечение электронного бизнеса и сопровождения информационных систем. Использование специализированных информационных ресурсов и нормативной документации при проектировании и эксплуатации ИС.

Раздел 3. Современные технологии и развитие электронного бизнеса

Тема 7. Современные технологии и тренды электронного бизнеса. ПК-1.2.

Современные тенденции развития электронного бизнеса и электронной коммерции. Современные CRM-системы. Искусственный интеллект и AI-ассистенты в системах электронной торговли. Технологии

виртуальной и дополненной реальности (VR/AR) в электронной коммерции. RFID-технологии и автоматизация процессов торговли и логистики. Облачные технологии и цифровые сервисы в инфраструктуре электронного бизнеса. Использование современных информационных технологий и профессиональных источников информации в деятельности специалистов по сопровождению ИС.

Тема 8. Стартапы и проектирование ИС электронного бизнеса. ПК-1.2.

Стартапы в сфере электронного бизнеса и этапы их создания. Нотация UML: диаграммы классов, последовательностей, активностей, вариантов использования, развертывания. Проектирование информационных систем электронного бизнеса. Анализ бизнес-требований заказчика и формирование функциональных требований к ИС. Оценка эффективности электронного бизнеса и цифровых проектов. Управление жизненным циклом информационных систем электронного бизнеса. Использование профессиональной информации и современных цифровых инструментов при разработке и сопровождении ИС.

Тема 9. Практика разработки и сопровождения ИС электронного бизнеса. ПК-1.2.

Эксплуатация и сопровождение информационных систем электронного бизнеса. Поддержка web-порталов, интернет-магазинов и цифровых платформ. Анализ и оптимизация бизнес-процессов организации на основе ИКТ. Документирование процессов разработки, внедрения и сопровождения информационных систем. Использование современных программных средств и информационных ресурсов в профессиональной деятельности. Методы организации взаимодействия между разработчиками, заказчиками и пользователями информационных систем электронного бизнеса.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.01.ДВ.03.01 Электронный бизнес на международном рынке товаров и услуг входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление	Прочитайте текст и установите	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается	Ответ считается верным, если правильно указана вся

последовательности	последовательность	последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС Донецкого филиала РАНХиГС.

Итоговая балльная оценка	**Традиционная система**	**Бинарная система**	**ECTS**	
			Для традиционной системы	**Для бинарной системы**
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74	Удовлетворительно		B	P/ Passed
60-69			E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.01.ДВ.03.01 Электронный бизнес на международном рынке товаров и услуг используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

устный опрос, контрольные задания.

Распределение баллов по видам учебной деятельности (БРС)

Раздел/Темы	Формы текущего контроля		КТ
	УО	КЗ	

Р-1. / Т-1	3	5	
Р-1. / Т-2	3	5	
Р-1. / Т-3	3	5	9
Р-2. / Т-4	3	5	
Р-2. / Т-5	3	5	
Р-2. / Т-6	3	5	9
Р-3. / Т-7	3	5	
Р-3. / Т-8	3	5	
Р-3. / Т-9	3	5	10
Итого: 100 б	27	45	28

УО – устный опрос;
ТЗ – тестовое задание;
КЗ – контрольные задания;
Д – доклад;
КТ – контрольные точки.

Критерии оценивания опроса:

Балы	Описание критерия
3	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
2	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Критерии оценивания контрольных заданий:

Балы	Описание критерия
5	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
3-4	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
1-2	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

0* - в журнал академической группы не выставляется

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных заданий по разделу):

Контрольные вопросы для проведения опроса:

Раздел 1. Теоретические и организационные основы электронного бизнеса

Тема 1. Электронный бизнес и электронная коммерция в цифровой экономике. ПК-1.2.

1. Опишите, какие функции выполняет Яндекс Директ (https://direct.yandex.ru/)? Приведите примеры реализации этих функций.
2. Опишите, какие функции выполняет Яндекс Wordstat? Объясните смысл частот запросов, выводимых в окне системы.
3. Проведите анализ существующих толкований понятий «электронная коммерция», «электронный бизнес». Какие технологии объединил под собой термин «электронная коммерция»?
4. Объясните, что такое система контекстной рекламы https://direct.yandex.ru/ ? Какова связь между услугами, предоставляемыми https://wordstat.yandex.ru/ и https://direct.yandex.ru/ ?
5. Сформулируйте, как необходимо подбирать ключевые слова для статей сайта или блога (https://seoprofy.ua/blog/optimizaciya-sajtov/kak-podbiratklyuchevye-slova-dlya-statej)?
6. Разъясните, что такое «региональная популярность» ключевых слов в системе Яндекс Wordstat?
7. Сформулируйте, что такое семантическое ядро сайта? (https://seoprofy.ua/blog/wiki/chto-takoe-semanticheskoe-yadro-sajta)
8. Раскройте специфику организации бизнеса в условиях интернет-среды. Раскройте состав организационных, правовых, технологических вопросов, требующих обязательного рассмотрения при организации бизнеса на рынке электронной коммерции.
9. Опишите, какие изменения претерпевает система маркетинга фирмы, функционирующей в интернет-среде?
10. Объясните, что означает частотность для вашего варианта ключевых слов, указанная в двух столбцах (режим подбор слов «По словам») в окне сайта системы Яндекс Wordstat?
11. Сформулируйте, в чём состоят основные признаки интернет-экономики?

12. Опишите, каковы тенденции развития мирового рынка информационных технологий и их влияние на экономический рост, эффективность бизнеспроцессов, рынок труда, финансовые рынки?

13. Разъясните, какие задачи позволяет решить электронная коммерция? Дайте характеристику основных моделей электронной коммерции (B2C, B2B).

14. Сформулируйте, какие технологии лежат в основе электронной коммерции? Приведите примеры.

15. Дайте определение конкурентной среды компании. Назовите основные методы конкуренции, раскройте возможность их действия на рынке электронной коммерции.

16. Опишите операторы поисковых запросов системы Яндекс Wordstat. Приведите примеры.

17. Разъясните, в чём заключается специфика интернет-среды как основы рынка электронной коммерции?

18. Раскройте характеристики основных конкурентных сил на рынке электронной коммерции.

19. Сформулируйте, что является целью электронного бизнеса?

20. Опишите, в чем заключаются заключается детализация результатов поискового запроса по типам устройств?

21. Разъясните, в чем заключаются преимущества экстранет-технологий при развитии электронного бизнеса в рамках нескольких организации?

22. Сформулируйте, какие преимущества предоставляет электронная коммерция, как поставщикам, так и потребителям?

23. Опишите преимущества технологии радиочастотной идентификации по сравнению с технологией использования штрих-кодов в торговых сетях. Как ее использование влияет на процедуру осуществления продаж?

24. Разъясните, в чем проявляется развитие автоматизации торговых компаний на современном этапе?

25. Дайте определение электронной коммерции.

26. Опишите преимущества и недостатки систем электронной коммерции.

27. Дайте классификацию систем электронной коммерции.

28. Сформулируйте, чем отличается интернет-витрина от полноценного интернетмагазина?

29. Опишите, какие формы создания интернет-магазина используются на российском рынке электронной коммерции?

30. Сформулируйте, какие основные элементы бизнес-моделей электронной коммерции используются в настоящее время?

31. Дайте определение и опишите такие категории систем электронной

коммерции как субъекты, клиенты и объекты.

32. Опишите схему действия покупателя в интернет-магазине (B2C).

33. Сформулируйте, как работает функциональная схема системы электронной коммерции B2C?

34. Опишите, в чем заключаются преимущества систем электронной коммерции для продавца и для покупателя?

35. Опишите, как получить частотность запросов по ключевым словам, на сайте Яндекс Wordstat по странам СНГ? По регионам РФ?

Тема 2. Экономические модели и стратегии электронного бизнеса. ПК-1.2.

1. Назовите существующие практические задачи управления, в которых необходимо консолидировать данные из нескольких источников.
2. Опишите характеристики интернет-витрины.
3. Опишите характеристики электронной торговой площадки.
4. Опишите характеристики полнофункционального интернет-магазина.
5. Что такое ТЗ? Какие функции оно выполняет? Приведите примеры.
6. Какой стандарт используется для разработки ТЗ ИС?
7. Опишите состав ТЗ. Приведите примеры.
8. Опишите стратегию создания интернет-магазина.
9. Почему разработка стратегии развития интернет-магазина является фундаментальным вопросом ЭК?
10. Почему выбор CMS зависит от формата интернет-магазина?
11. Какие CMS рекомендуется использовать для создания интернет-витрины?
12. Какие CMS рекомендуется использовать для создания полнофункционального интернет-магазина?
13. Каких специалистов необходимо использовать для создания интернетмагазина и почему?
14. Приведите примеры различных моделей ЭК для американского рынка.
15. Приведите примеры различных моделей ЭК для китайского рынка.
16. Приведите примеры различных моделей ЭК для рынка РФ.
17. В чем преимущества маркетинговой стратегии AIDAs?
18. Приведите пример применения маркетинговой стратегии AIDAs для определенной сферы электронной коммерции
19. Опишите, как 4P классического маркетинга работают в Интернет?
20. Что такое Ключевые показатели эффективности (Key Performance

Indicators, KPI) — показатели деятельности предприятия?

21. Опишите технологию Mind Map?

22. Приведите пример стандартной структуры сайта для интернет-магазина.

Тема 3. Интернет-маркетинг и технологии продвижения бизнеса. ПК-1.2.

1. Что такое интернет-маркетинг?
2. Опишите этапы коммерциализации Интернет.
3. Опишите составляющие интернет-маркетинга.
4. Как 4P трансформировались в 5P интернет-маркетинга. Опишите составляющие классического маркетинга и новые составляющие интернет маркетинга. Приведите примеры.
5. Опишите маркетинговые стратегии в Интернет.
6. Опишите, что такое брендинг? Что является брендом интернет-магазина?
7. Опишите принципы индивидуального маркетинга. Как это связано с Персонализацией, как составляющей 5P интернет-маркетинга?
8. Объясните, что такое конверсия сайта, как она связана с его юзабилити? Приведите конкретные примеры.
9. Что такое юзабилити для сайта интернет-магазина?
10. Главный критерий оценки юзабилити сайта Вашего интернет-магазина – это…?
11. Почему организации проще выделить деньги на рекламу, чем на улучшение юзабилити сайта (две причины)?
12. Часть расходов на рекламу, направленная улучшение юзабилити сайта, даст большую отдачу, чем реклама. Почему?
13. Разъясните какие правила действуют при восприятии web-страницы?
14. Опишите особенности отражения проблемы юзабилити в Рунете.
15. В чем заключается основная стратегия увеличения продаж на сайте интернет-магазина?
16. Сформулируйте, какие задачи должно решать улучшение юзабилити сайта?
17. Опишите отличительные характеристики интернет-аудитории, о которых необходимо знать разработчикам сайта интернет-магазина. Приведите примеры, подтверждающие указанные отличия.
18. Опишите, чем отличается движение глаз пользователя при восприятии материала с печатной страницы и web-страницы на сайте? Почему?

19. Опишите, что необходимо знать о целевой группе интернет-магазина разработчикам его сайта?

20. Объясните, что входит в категорию юзабилити, или чем надо заниматься для увеличения конверсии сайта?

21. Какое место занимает юзабилити при проектировании сайта?

22. Опишите правила графического дизайна. Приведите примеры по каждому из трех правил.

23. Разъясните, как влияет тип информации на восприятие? Поясните на примерах.

24. Объясните, что такое «перевернутая пирамида»?

25. Разъясните, что такое «синдром утенка»?

26. Опишите, что такое «баннерная слепота»?

27. Каковы рекомендации по проектированию главной страницы интернетмагазина?

28. Каковы рекомендации по использованию цветов на web-страницах интернетмагазина?

29. Опишите, что такое Юзабилити тестирование?

30. Опишите, что такое файлы cookies, приведите примеры их использования.

Раздел 2. Информационные системы и автоматизация электронного бизнеса

Тема 4. Моделирование бизнес-процессов в системах электронного бизнеса. ПК-1.2.

1. Сформулируйте, в чем состоит отличие интернет-маркетинга от классического маркетинга?
2. Перечислите известные вам инструменты интернет-маркетинга.
3. Охарактеризуйте основные бизнес-модели использования сайта как инструмента интернет-маркетинга.
4. Раскройте особенности использования комплекса маркетинга в среде Интернета.
5. Какие преимущества и недостатки в использовании интернет-маркетинга можно выделить для продавцов и покупателей?
6. Охарактеризуйте особенности брендинга в среде Интернет.
7. Охарактеризуйте инструменты интернет-маркетинга применительно к стратегиям продвижения.
8. В чем заключаются принципиальные отличия интернет-маркетинга от классического маркетинга применительно у электронной коммерции?

9. Раскройте особенности восприятия рекламы Интернет-аудиторией.

10. Перечислите форматы представления рекламной информации и типы рекламных площадок в Интернете.

11. Охарактеризуйте методы ценообразования рекламы в Интернете.

12. В чем заключаются особенности использования сайта интернет-магазина в качестве основного представительства компании и инструмента интернетмаркетинга?

13. Опишите известные Вам методы борьбы со спамом.

14. Раскройте особенности российской интернет-аудитории с точки зрения ведения бизнеса в Интернет.

15. Раскройте содержание бэнчмаркетинга (изучения конкурентов ЭК в Интернет).

16. Раскройте содержание методики построения системы маркетинга предприятия на основе web-сайта в среде Интернет.

17. Перечислите и раскройте содержание мероприятий по организации обратной связи с аудиторией web-сайта.

18. Раскройте содержание мероприятий по привлечению посетителей на сайт интернет-магазина.

19. Опишите, какие разделы должен содержать бизнес-план по созданию вашего интернет-магазина?

20. Какую стратегию привлечения клиентов на сайт интернет-магазина вы предлагаете для своей ниши рынка ЭК?

Тема 5. Автоматизация учета, планирования, управления и документооборота в системах электронного бизнеса. ПК-1.2.

1. Какие варианты использования платформ (CMS) для разработки сайта интернет-магазина имеются сегодня? Приведите примеры.

2. Опишите преимущества и недостатки каждого из трех классов платформ (CMS) для разработки сайтов в современных условиях. Приведите примеры.

3. Дайте общее описание функционала сайта современного интернет-магазина.

4. Для чего используются фильтры как составная часть функционала интернетмагазина?

5. Для чего используется механизм сравнения однородных товаров как составная часть функционала интернет-магазина?

6. Разъясните, для чего и как используется механизм демонстрации товаров как составная часть функционала интернет-магазина? Приведите конкретные примеры таких технологий для своей ниши рынка ЭК.

7. Сформулируйте, для чего используются механизм расширенного поиска по разным параметрам товаров как составная часть функционала интернетмагазина?

8. Опишите, каким образом используются социальные элементы в функционале вашего сайта интернет-магазина?

9. Опишите, как используются специальные предложения для стимулирования сбыта в функционале вашего сайта интернет-магазина?

10. Как представлены популярные товары в функционале вашего сайта интернет-магазина (либо в структуре его главной страницы)?

11. Опишите, как реализован механизм рассылки в функционале вашего сайта интернет-магазина?

12. Разъясните, каким образом реализована в функционале сайта интернетмагазина его интеграция со сторонними системами предприятия?

13. Опишите основные элементы дизайна вашего сайта интернет-магазина.

14. Опишите основные элементы интерфейса и юзабилити в структуре функционала вашего сайта интернет-магазина (на основе результатов контрольного задания по теме 4).

15. Какие проблемы необходимо разрешить разработчикам сайта с точки зрения его верстки?

16. Опишите принципы и концепции, утверждённые W3C (Консорциумом Всемирной паутины).

17. Опишите, что такое верификация, ее принципы и концепции, утверждённые W3C. Сформулируйте, как разработчики сайта должны реализовать на практике данную технологи. Опишите ее онлайн-инструменты.

18. Опишите реализацию этапа программирования проекта сайта интернетмагазина.

19. Опишите реализацию этапа тестирования проекта сайта интернет-магазина. Что такое стресс-тест?

20. Опишите реализацию этапа промышленной эксплуатации проекта сайта интернет-магазина. Кто и за что отвечает на этом этапе, какие технологии используются для его реализации?

Тема 6. Платежные системы и безопасность электронного бизнеса. ПК-1.2.

1. Разъясните, что такое CRM?
2. Объясните, основные элементы стратегии CRM?
3. Сформулируйте, что такое SaaS? Приведите примеры
4. Сформулируйте, в чем состоит отличие интернет-маркетинга от

классического маркетинга?

5. Перечислите известные вам инструменты интернет-маркетинга.

6. Охарактеризуйте основные бизнес-модели использования сайта как инструмента интернет-маркетинга.

7. Раскройте особенности использования комплекса маркетинга в среде Интернета.

8. Какие преимущества и недостатки в использовании интернет-маркетинга можно выделить для продавцов и покупателей?

9. Охарактеризуйте особенности брендинга в среде Интернет.

10. Охарактеризуйте инструменты интернет-маркетинга применительно к стратегиям продвижения.

11. В чем заключаются принципиальные отличия интернет-маркетинга от классического маркетинга применительно у электронной коммерции?

12. Раскройте особенности восприятия рекламы Интернет-аудиторией.

13. Сформулируйте, в чем заключаются преимущества стратегии CRM?

14. Опишите каковы основные цели применения CRM-систем?

15. В чем заключаются особенности использования сайта интернет-магазина в качестве основного представительства компании и инструмента интернет-маркетинга?

16. Сформулируйте, как происходила эволюция развития ИС и как это связано с изменением функций учета?

17. Опишите каковы основные цели применения CRM-систем?

18. Сформулируйте, как решается задача управления контактами в CRM-системе?

19. Раскройте содержание методики построения системы маркетинга предприятия на основе web-сайта в среде Интернет.

20. Перечислите и раскройте содержание мероприятий по организации обратной связи с аудиторией web-сайта.

21. Раскройте содержание мероприятий по привлечению посетителей на сайт интернет-магазина.

22. Опишите, какие разделы должен содержать бизнес-план по созданию вашего интернет-магазина?

23. Какую стратегию привлечения клиентов на сайт интернет-магазина вы предлагаете для своей ниши рынка ЭК?

24. Разъясните, что такое движок сайта интернет-магазина.

25. Опишите требования к функциональности современных сайтов, которые необходимо учитывать при его проектировании.

26. Опишите назначение CRM-систем, их место в эволюции классов ИС (схема), основные составляющие их функционала, примеры современной

реализации в рамках модели SaaS.

Раздел 3. Современные технологии и развитие электронного бизнеса

Тема 7. Современные технологии и тренды электронного бизнеса. ПК-1.2.

1. Объясните, что такое CRM-система?
2. Разъясните, как происходила эволюция развития ИС и как это связано с изменением функций учета?
3. Расскажите, что такое CRM? Это класс ИС или стратегия?
4. Разъясните, каковы основные цели применения CRM-систем?
5. Какие задачи позволяет решить CRM-система?
6. Как решается задача управления контактами в CRM-системе?
7. Как решается задача управления работой с существующими клиентами в CRM-системе?
8. Как решается задача управления продажами в CRM-системе?
9. Как решается задача управления временем в CRM-системе?
10. Как решается задача управления обслуживанием клиентов в CRM-системе?
11. В чем заключаются преимущества стратегии CRM?
12. Параметры выбора CRM-системы для предприятия.
13. Опишите основные составляющие функционала CRM-системы.
14. Какие виды CRM-систем сегодня предлагаются на рынке ПО?
15. Что такое «Лид»?
16. Опишите модель SaaS.
17. Какие преимущества предоставляет для пользователей ПО модель SaaS.
18. Обоснуйте, почему в состав функционала CRM-систем должна входить интеграция системы с телефонией.
19. Что такое линейно-функциональная модель управления? В чем заключаются ее недостатки?
20. В чем суть идеи разделения труда?
21. Кто и когда предложил эту идею, как она эволюционизировала в бизнесе?
22. Дайте определение бизнес-процессу. Что нового эта идея принесла в бизнес? Почему она оказалась столь революционной?
23. Дайте определение бизнес-реинжинирингу.
24. Разъясните, что такое ERP-система?
25. Объясните, как Workflow Engine (WE) исполняет спецификацию

бизнеспроцесса.

26. Расскажите о пользе WE для бизнеса.

27. Опишите, что такое web-сервисы и как они связаны с бизнес-процессами?

28. Разъясните, какие бывают виды сущностей (connecting objects) в BPMN?

29. Опишите, что такое действие?

30. Опишите, что такое задача?

31. Опишите, что такое подпроцесс?

32. Опишите, Какие виды связей бывают у сущностей бизнес-процессов?

33. Опишите, Какие сущности бизнес-процессов могут обмениваться сообщениями, и какие не могут? Почему?

34. Опишите, что такое участник бизнес-процесса?

35. Образует ли внутренний участник процесса (lane) отдельную нить исполнения процесса, то есть распараллеливается ли поток управления с помощью этой конструкции?

36. Разъясните, что такое порт (gateway) в нотации BPMN, зачем он нужен?

37. Назовите три способа графически изображать логическое ветвление потока управления на диаграммах BPMN.

38. Разъясните, хто такое событие? Какие бывают типы событий (не спутайте виды событий и типы событий)?

Тема 8. Стартапы и проектирование ИС электронного бизнеса. ПК-1.2.

1. Перечислите и кратко охарактеризуйте типы диаграмм UML.
2. Сколь строго разделение UML на типы диаграмм?
3. Объясните, кто такой актор? Перечислите типы акторов и расскажите об их особенностях.

4. Какие отношения возможны между акторами? 5. Объясните, что такое случай использования? Расскажите о критериях создания случаев использования.

5. Разъясните, что такое диаграммы бизнес-случаев использования и зачем они нужны?

6. Расскажите, для чего, на ваш взгляд, нужны диаграммы случаев использования.

7. Расскажите о предназначении диаграмм активностей.
8. Расскажите о структуре диаграмм активностей.

9. Чем параллельный разветвитель отличается от логического?

10. Какой аспект системы призваны моделировать диаграммы развертывания?

11. Каких видов бывают диаграммы развертывания?

12. Какие виды узлов смогут присутствовать на диаграмме развертывания?

13. Предназначаются ли диаграммы развертывания для полной спецификации аппаратной части системы?

14. Расскажите о вариантах использования диаграмм развертывания.

15. Что такое компонента ПО?

16. В чем может выражаться независимость компонент?

17. Что такое интерфейс компоненты?

18. Расскажите о проблеме поддержания UML-диаграмм проекта в актуальном состоянии.

19. Как диаграммы компонент могут быть связаны с диаграммами развертывания? Приведите собственный пример.

20. Чем похожи и в чем различаются диаграммы последовательностей и коммуникаций? Какие из них, на ваш взгляд, ближе к структурным, а какие - к поведенческим?

21. Расскажите, в каких случаях, на ваш взгляд, целесообразно применять временные диаграммы. Что в них есть такого, что отсутствует в других поведенческих диаграммах UML?

22. Приведите примеры ситуаций в разработке ПО, когда полезно использовать диаграммы коммуникаций и последовательностей.

23. На примере использования диаграмм последовательностей, изложенном в лекции, постарайтесь обосновать полезность предварительного проектирования ПО.

24. Расскажите о диаграммах схем взаимодействия.

25. Попробуйте составить несколько диаграмм последовательностей и связать их вместе, используя диаграммы схем взаимодействия.

26. Опишите процесс создания сайта в системе Тильда.

27. Опишите, для чего в Тильде используется редактор блоков? Что такое блок?

28. Как можно сохранить содержимое сайта при использовании бесплатной версии Тильды?

29. Как можно добавить на сайт счетчик Яндекс Метрики?

30. Опишите использование блока Карточки продуктов + Popup с подробной информацией в системе Тильда.

31. Опишите возможности использование блока для создания Корзины

с формой заказа (ST100) в системе Тильда

32. Опишите возможности подключение сервиса приема данных в системе Тильда

33. Опишите, какие типы сервиса приема данных можно использовать в системе Тильда (стандартный и дополнительные)

34. Опишите возможности Подключения счетчиков систем и Яндекс Метрикс в системе Тильда.

35. Опишите возможности добавления логотипа в системе Тильда.

36. Опишите возможности добавления логотипа в системе Тильда

37. Объясните в чем преимущества применения системы Тильда для создания сайта Интренет-магазина.

Тема 9. Практика разработки и сопровождения ИС электронного бизнеса. ПК-1.2.

1. Сформулируйте, в чем заключаются преимущества CMS OpenCart
2. Разъясните, чем стартап принципиально отличается от обычного проекта создания нового предприятия
3. Приведите примеры удачных стартапов мирового уровня
4. Сформулируйте, в чем заключается важность развития стартапов для нашей страны.
5. Найдите в сети описание категории «национальная экосистема стартапов», изучите публикации на эту тему по Республике Беларусь. Сформулируйте и разъясните ваше понимание данной категории
6. Объясните поэтапно процесс установки и настройки CMS OpenCart
7. Сформулируйте требования к функционалу сайта интернет-магазина
8. Объясните, почему сайт интернет-магазина необходимо создавать в CMS. Докажите правильность такой стратегии
9. Опишите основные закономерности визуального восприятия сайта интернтмагазина покупателем.
10. Опишите процесс использования базовых модулей в системе OpenCart.
11. Опишите процесс использования дополнительных модулей в системе OpenCart. Какие дополнительные модули вы использовали при создании сайта интернет-магазина в системе OpenCart
12. Опишите возможности кастомизации и расширения функциональности сайта интернет-магазина с помощью готовых бесплатных шаблонов, модулей и плагинов.
13. Опишите процесс работы с административной панелью в системе OpenCart.

14. Сформулируйте, какие функции выполняют платежные модули в системе OpenCart с точки зрения защиты интересов покупателей

15. Сформулируйте, какие функции выполняют модули безопасности по защите интересов покупателей.

16. Изучите проблему создания стартапов в РФ. Какие препятствия имеют место в этом процессе по сравнению с развитыми в отношении стартапов странами

17. Опишите технологию отслеживания покупок в интернет-магазине в системе OpenCart.

18. Опишите процесс редактирования контента сайта в CMS OpenCart.

19. Опишите процесс создания иерархии сайта и редактирования его меню в CMS OpenCart

20. Опишите процесс публикации заметок на сайте интернет-магазина в CMS OpenCart.

21. Опишите процесс заполнения карточек товаров сайта интернет-магазина в CMS OpenCart.

Контрольные задания:

Раздел 1. Теоретические и организационные основы электронного бизнеса

Тема 1. Электронный бизнес и электронная коммерция в цифровой экономике. ПК-1.2.

Контрольное задание.

Вариант 1

Компания «Орион» занимается производством разнообразной канцелярской продукции (карандаши, ручки, блокноты, календари, скрепки, зажимы, скобы, стикеры, еженедельники, плакаты и т.д.) и выполняет её распространение между собственными магазинами, которые самостоятельно до-заказывают требуемый товар, а также принимает заказы от сторонних компаний. Заказы могут включать как простые заказы по каталогу любого вида продукции в необходимом количестве, так и разработку специальной конфигурации, дизайна и других характеристик по требованию заказчика. В связи с этим специфические заказы обрабатываются и контролируются менеджерами на всех стадиях согласования параметров. После окончательного оформления клиент имеет возможность просмотреть детали и итоговую стоимость заказа и произвести расчёт, как традиционным способом,

так и на сайте. По факту оплаты заказ доставляется 2 клиенту. На всех этапах клиент имеет возможность отслеживать состояние заявки.

Задачи:

Определить:

1. рейтинг популярности запросов на канцелярские товары в Яндексе для различных их видов (по количеству запросовhttps://wordstat.yandex.ru/);
2. региональную популярность данных товаров для регионов РФ (десять регионов с наибольшей частотой), результаты сохранить в виде таблицы и презентации;
3. истинную частотность словосочетания «канцелярские товары»;
4. определить целевые группы для указанного в варианте интернет-магазина (https://www.insales.ru/blogs/university/celevajaauditorija);
5. определить 10 регионов России, в которых запрос наиболее популярен (сохранить таблицу MS Excel);
6. определить влияние сезонного фактора на частоту запроса;
7. определить сайты интернет-магазинов в ближайших регионах России, предоставляющих данные товары

Тема 2. Экономические модели и стратегии электронного бизнеса. ПК-1.2.

Контрольное задание.

Вариант 1

На основе разработанной в контрольном задании темы 1 стратегии выхода компании в ЭК в соответствии с вашим вариантом, получено представление о ее деятельности в данном сегменте рынка.

Задачи:

1. Найти в российском сегменте сети Интернет от 10 до 12 интернет-магазинов, занимающиеся деятельностью, максимально близкой к описанной в вашем варианте.
2. Изучить сайты выбранных компаний и составить набор из 10-15 характеристик, по которым данные компании отличаются друг от друга.

Например:

- целевая группа;
- дизайн сайта;
- скорость загрузки главной страницы (использовать инструмент PageSpeed Insights от Google);

– ассортимент товаров;

– уникальные характеристики товаров (не списанные с других сайтов);

– наличие двух фото товаров (большого, детального и небольшого фото);

– гибкий поиск товаров (по любой фразе или слову, входящей в наименование, описание и аннотацию товара);

– наличие карточки товара;

– несколько способов оплаты;

– публикация новостей и другие.

3. Сохранить для каждой найденной вами кампании слайд в файле отчета с таблицей указанных характеристик и их балльными оценками по 10-ти балльной шкале.

4. Определить кампанию-лидера по каждой из указанных характеристик и по общей сумме баллов.

5. С помощью сайтов Яндекс Wordstat и Яндекс Директ (https://direct.yandex.ru/) определить нишу для своего интернет-магазина (Инструменты-Подбор слов), сужая область выбора по ключевым словам. Например, одежда- детская одежда – интернет-магазин детской одежды Дальнейшее сужение ниши происходит по характеристикам товара: По брендам – по возрасту (от 1 года до 12-15 лет) - по типам товаров.

6. Сузив нишу для интернет-магазина, создать запрос в Яндекс Директ с найденными ключевыми словами для определения бюджета рекламной кампании (Инструменты-Прогноз бюджета). Например, результат определения бюджета рекламной кампании для трех ключевых слов (детская обувь – туфли детские - сандалии детские) приведены на Рис. 1. Ключевые слова вводятся во вкладке подбор слов, через запятую.

7. В столбце Списываемая сумма приведена стоимость одного клика (показа) для вашего интернет-магазина (9,5 руб, например). Значения с прогнозом показов менее 3000 не следует брать во внимание.

8. Поскольку конверсия для интернет-магазинов составляет примерно 1%, то бюджет кампании получается умножением данного значения на 100. В нашем случае он составит около 900 руб.

Тема 3. Интернет-маркетинг и технологии продвижения бизнеса. ПК-1.2.

Контрольное задание.

Вариант 1

Часть 1.

Результаты исследования сайтов интернет-магазинов по требованиям к юзабилити отразить в презентации (раздел 3.4 практикума по дисциплине). Ответьте на вопросы:

1. Опишите, как на изучаемых сайтах интернет-магазинов ваших конкурентов реализованы основные требования юзабилити в отношении увеличения продаж на сайте
2. Разъясните, как осуществляется помощь клиенту сайта в выборе товара
3. Опишите, как организована оптимизация процесса заказа на сайте
4. Сформулируйте, как на сайте построены механизмы обратной связи с клиентами
5. Разъясните, как на сайте интернет-магазина происходит сегментация покупателей
6. Опишите, как на сайте интернет-магазина предоставляются аргументы к покупке товара
7. Сформулируйте, как на сайте интернет-магазина организовано обоснование цены
8. Разъясните, как на сайте интернет-магазина действует правило графического дизайна в отношении количества элементов: 7+2
9. Опишите, как на сайте интернет-магазина действует правило юзабилити подхода в его проектировании в времени восприятия информации – правило 2-х секунд. То есть, какую информацию о товарах можно «выхватить» с сайта за 2 секунды
10. Сформулируйте, как на сайте интернет-магазина действует правило юзабилити подхода – правило трех кликов
11. Опишите, реализован ли на сайте интернет-магазина принцип обратимости любого действия. Опишите механизм его реализации
12. Как на сайте реализован принцип «обратной пирамиды» и сквозного чтения?
13. Как на сайте следят за перегруженностью пользователя информацией?
14. Присутствуют ли на сайте поиск товаров на видном месте?
15. Всегда ли есть Результаты поиска товаров на сайте?
16. Присутствуют ли на сайте логотип компании в одном и том же месте
17. Доступна ли на сайте Контактная информация о представляемом интернетмагазине?
18. Нет ли на сайте страниц с ошибкой доступа (404)?

19. Выполняется ли на сайте правило «Не больше 3-х цветов, не больше 3-х гарнитур»?

20. Используются ли файлы cookies на сайте для получения информации о его клиентах?

Часть 2.

Прежде, чем написать ТЗ на разработку сайта интернет-магазина, необходимо сформулировать ответы на ключевые вопросы своего проекта.

Задачи:

1. Определите:

– Кто является конкурентами в вашей нише рынка интернеткоммерции? Особенности конкурентов: название, URL, географический регион деятельности, сильные и слабые стороны их 6 представительства в Интернете используемые методы привлечения посетителей;

– Какую бизнес-модель вы выбрали для своего интернет-магазина – покупка, аренда готового интернет-магазина или создание своего проекта «с нуля» с разработкой сайта;

– Кто будет являться поставщиком продукции для интернет-магазина, схема взаимодействия с поставщиками, необходимость склада готовой продукции или отказ от нее;

– Кто является целевой группой (целевыми группами) вашего интернетмагазина?

– В чем заключаются те особенности вашего проекта, которые выделяют вас в нише рынка ЭК: модель продаж, юзабилити сайта, его дизайн и контент;

– Платформа, на которой будет написан проект сайта, кто будет заниматься реализацией прототипа сайта, его дальнейшим продвижением в сети;

– Структура интернет-магазина – его отделы;

– Какие разделы должен содержать бизнес-план по созданию вашего интернет-магазина?

– Какую стратегию привлечения клиентов на сайт интернет-магазина вы предлагаете для своей ниши рынка ЭК?

2. На основе «ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ НА СОЗДАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ» создать ТЗ на разработку сайта интернет-магазина по своему направлению деятельности.

3. В ТЗ показать структуру интернет-магазина: отделы или службы, их руководители, функции, персонал и их квалификация.

4. Сформулируйте схему поведения покупателя на сайте.

5. Разработайте карту сайта будущего интернет-магазина, включая основные и вспомогательные разделы.

6. Показать в ТЗ в первом приближении структуру ИС, связанную с сайтом.

7. Сформулируйте последовательность этапов, разработки и создания сайта интернет-магазина. Укажите сроки и исполнителей.

8. Обоснуйте выбор CMS для создания сайта.

9. Разработайте концепцию графического дизайна сайта в виде схемы расположения зон на экране (меню, информация и т.д.).

10. Разработайте концепцию базы данных интернет-магазина, выделив основные сущности, которые будут в ней содержаться (при выделении сущностей необходимо учитывать, как бизнес-объекты, так и вспомогательные сущности).

11. Раскройте содержание основных разделов ТЗ и их реализацию с точки вас как заказчика проекта.

Раздел 2. Информационные системы и автоматизация электронного бизнеса

Тема 4. Моделирование бизнес-процессов в системах электронного бизнеса. ПК-1.2.

Контрольное задание.

Вариант 1

Необходимо провести предпроектное обследование предприятия и построить модели процессов вашего интернет-магазина в нотации IDEF0.

Задачи:

1. Провести предпроектное обследование предприятия и выявить все процессы, происходящие на предприятии.

2. Выявить все данные, документы и материальные ресурсы, которые используются на входе в каждый процесс и получаются на выходе из него.

3. Определить для каждого процесса исполнителя, механизм исполнения и руководящие документы.

4. Используя стандарт IDEF0, построить функциональные модели

процессов вашего интернет-магазина.

5. Построить общую модель интернет-магазина в виде одного блока (A-0), отразив на ней входы, выходы, управление, механизм.

6. Построить модель декомпозиции процесса «Покупка в интернет-магазине».

7. Построить модель бизнес-процесса «Выбор товара на сайте».

8. Построить модель бизнес-процесса «Обработка заявки».

9. Построить модель бизнес-процесса «Логистика».

10. Построить модели тех бизнес-процессов, которые, на Ваш взгляд, имеют место в работе магазина, кроме вышеперечисленных, с учетом его специфики.

11. Построить глоссарий модели интернет-магазина.

Тема 5. Автоматизация учета, планирования, управления и документооборота в системах электронного бизнеса. ПК-1.2.

Контрольное задание.

Вариант 1

Необходимо создать концептуальную и физическую модель данных предметной области интернет-магазина, затем построить модель данных предметной области «Продажа товаров интернет-магазина» в нотации IDEF1X и подготовить генерацию базы данных интернет-магазина.

Задачи:

1. Описать входные данные для интернет-магазина. Описать данные о товарах интернет-магазина, включающие (например) их наименования, категорию, розничную цену, склад.

2. Описать данные о заказах покупателей, их оплату и доставку, на основании товаров, включенных в корзину.

3. Описать данные о покупателях (физлица) на основе заполненной электронной формы: ФИО, адрес доставки, телефон, ИНН, e-mail, способ оплаты, форма доставки.

4. Описать данные для проверки наличия товара на складе. В случае их отсутствия необходимо выполнить дозакупку у поставщика. Отдельный вариант: торговля со склада поставщика.

5. Описать данные для заявки и оплаты товаров у поставщика с учетом сотрудника, который выполняет этот процесс.

6. Описать выходные данные для интернет-магазина. Описать счет

покупателя на основании товаров, включенных в корзину (например): наименования товаров, их количества, единицы измерения, общую сумму покупки в рублях.

7. Описать квитанцию об оплате: формируется после внесения денег, указывается внесенная покупателем сумма в рублях.

8. Описать отчет по остаткам на складе. Документ должен содержать наименования товаров, их количества на указанную дату, единицы измерения. ИС должна формировать отчет по требованию менеджера в любой момент времени и за любой период.

9. Описать все входные и выходные данные, не указанные выше, но необходимые для полного описания предметной области Вашего интернетмагазина – данные для работы склада, поставок на склад, их оплаты.

10. Выявить основные независимые сущности предметной области для интернет-магазина из своего варианта.

11. Выявить зависимые сущности предметной области.

12. Определить перечень атрибутов всех сущностей.

13. Определить первичные ключи для каждой сущности.

14. На основании ограничений предметной области определить отношения между сущностями и типы этих отношений.

15. Определить атрибуты, являющиеся внешними ключами.

16. Нормализовать модель IDEF1X в соответствии с третьей нормальной формой.

17. Построить окончательный вариант диаграммы IDEF1X.

18. Подготовить отчёт о выполненной работе. Отчет составляется в виде презентации и содержит ответы на все вопросы, сформулированные в работе. Указать в отчёте фамилию студента и вариант задания. Без презентации отчет не принимается, работа не оценивается.

Тема 6. Платежные системы и безопасность электронного бизнеса. ПК-1.2.

Контрольное задание.

Вариант 1

Используя SQL и CASE-технологии получить данных о деятельности интернет-магазина и сгенерировать БД для сайта интернет-магазина.

Задачи:

1. Изучить материал лекции №9 и создать БД в MySQL на основе

результатов контрольного задания по теме 5.

2. Осуществить заполнение таблиц БД интернет-магазина. В таблицах, описывающих бизнес-процессы, связанные с покупателями, поставщиками и товарами должно быть не менее чем по 10 записей.

3. Создать SQL-запрос, который определяет общую сумму денег, полученную от продажи каждого вида товаров.

4. Создать SQL-запрос, который определяет количество заказов, которые обслуживает сотрудник магазина. Создать два запроса для различных сотрудников.

5. Создать SQL-запрос, который определяет количество товаров в заказе. Создать три запроса для различных клиентов.

6. Определить НДС на товары, купленные клиентом с помощью SQL-запроса. Создать два запроса для различных клиентов. Почему НДС не хранится в таблице Товары?

7. Создать SQL-запрос, который определяет поставщиков, с которыми взаимодействует сотрудник магазина. Создать два запроса для различных сотрудников.

8. Создать SQL-запрос, который определяет товары, которые поставляет поставщик. Создать два запроса для различных поставщиков.

9. Создать SQL-запрос, который определяет способы оплаты, которые использует покупатель. Создать два запроса для различных покупателей.

10. Создать SQL-запрос, который определяет, сколько раз был использован каждый способ доставки, для доставки каждого вида товара

11. Создать SQL-запрос, который определяет покупателя, купившего наибольшее количество товаров в течение последнего месяца.

12. Создать SQL-запрос, который определяет покупателя, потратившего наибольшее количество денег на покупки товаров в интернет-магазине в течение последнего месяца.

13. Определить, с помощью SQL-запроса, сколько раз использовался каждый способ оплаты в интернет-магазине его покупателями.

14. Определить с помощью SQL-запроса сколько раз использовался каждый способ оплаты заявки поставщиками вашего интернет-магазина.

15. Определить с помощью SQL-запроса сколько раз использовался каждый способ доставки для каждого вида товаров.

16. Создать SQL-запрос, который создаст таблицу, в которой для каждого товара, будет определено количество продаж, сумма полученных денег, способ оплаты и способ доставки.

Раздел 3. Современные технологии и развитие электронного бизнеса

Тема 7. Современные технологии и тренды электронного бизнеса. ПК-1.2.

Контрольное задание.

Вариант 1

Изучив технологии разработки дизайн-макета сайта интернет-магазина необходимо создать описание бизнес-процессов интернет-магазина в нотации UML на основе использования онлайн-визуализатора draw.io, а также дизайн-макета главной и вспомогательных страниц сайта интернет-магазина.

Задачи:

1. Изучить презентацию с описанием диаграмм языка UML и с помощью https://www.gliffy.com/uses/uml-software/ создать UML-спецификацию для описания бизнес-процессов своего интернет-магазина. Выбрать для представления бизнес-процессов необходимый тип диаграмм UML. Сохранить полученную спецификацию бизнес-процессов в презентации, вставив спецификацию с помощью скриншота. Работа с онлайн-визуализатором Gliffy может вестись в любом браузере, в том числе Mozilla Firefox.
2. Второй вариант заключается в использовании расширения Gliffy Diagrams для браузера Google Chrome.
3. На основе маркетингового задания по разработке сайта интернет-магазина создать его макет (прототип).
4. Макет должен состоять из главной и не менее, чем трех вспомогательных страниц. Придумать их наименование и содержание.
5. Изучить Рекомендации по разработке сайта и разработать концепцию графического дизайна на экране для создаваемого сайта в целом – цвета, стиль, элементы оформления, шаблоны.
6. Продумать дизайн и основные элементы главной и вспомогательных страниц сайта в виде схемы расположения зон на экране, исходя из направления деятельности интернет-магазина.
7. Разработать для каждой страницы ее наполнение логотип, баннеры, меню, текстовая информация, фото, видеофайлы и другие объекты.
8. Составить схему наполнения каждой из страниц сайта и сохранить ее представление в виде макета в файле-отчета (в виде презентации).

Тема 8. Стартапы и проектирование ИС электронного бизнеса. ПК-1.2.

Контрольное задание.

Вариант 1

Необходимо разработать макет web-сайта интернет-магазина в системе Тильда в онлайн режиме.

Задачи:

1. Изучить возможности создания стартапа в формате интернет-магазина и его сайта.
2. Изучить проблематики продвижения и реализации стартапа в электронном бизнесе.
3. Создать макет сайта интернет-магазина для своего варианта в Системе Тильда.
4. Создать и предоставить отчет о проделанной работе в виде презентации с указанием фамилии студента и варианта задания. Отразить в презентации создание всех разделов Вашего сайта интернет-магазина. Без презентации и электронной таблицы отчет не принимается, работа не оценивается.

Тема 9. Практика разработки и сопровождения ИС электронного бизнеса. ПК-1.2.

Контрольное задание.

Вариант 1

Необходимо изучить практики создания, развития и продвижения ИС в электронном бизнесе.

Задачи:

1. Описать причины выбора CMS OpenCart. Например:

– Распространяется свободно;

– Простая и интуитивно понятная административная панель;

– Встроенная система мониторинга продаж. Конечно, основные показатели эффективности отслеживаются с помощью «Яндекс.Метрики» или Google Analytics. Но кое-что полезно видеть при каждом входе в админку;

– Возможности кастомизации и расширения функциональности с помощью готовых бесплатных шаблонов, модулей и плагинов. Начинающему интернет-торговцу не с руки тратить деньги на оплату труда дизайнеров и веб-разработчиков;

– SEO-дружественность. Русская сборка CMS OpenCart поддерживает функцию ЧПУ (человеко-понятный или семантический URL. Состоит из понятных слов вместо идентификаторов и отражает файловую структуру сайта). А с помощью дополнительных расширений и настроек движок можно привести в соответствие с требованиями поисковиков для продвижения сайта;

– Безопасность. С помощью платежных модулей и модулей безопасности можно защитить покупателей.

2. Скачать и установить последнюю версию (https://www.opencart.com/).

3. Описать процесс установки и настройки CMS OpenCart: как выбрать и установить шаблон, как осуществить русификацию CMS, как выбрать оптимальные базовые настройки системы.

4. Изучить преимущества CMS OpenCart. Описать их в отчете-презентации.

5. На основе Методических указаний создать сайт интернет-магазина по варианту задания.

6. Описать в отчете процессы работы с базовыми модулями CMS OpenCart, расширения функциональности системы с помощью дополнительных модулей, подключения сайта к системам аналитики и мониторинга.

7. Описать процесс редактирования контента сайта в CMS OpenCart.

8. Описать процесс отслеживания продаж в CMS OpenCart.

9. Изучить вопрос вынесения сайта на бесплатный хостинг на российский сервер (HostiMan.ru, SpaceWeb и Beget.com).

10. Выбрать один из серверов и разместить созданный сайт на нем. Отразить процесс в отчете.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать обучающийся	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,25	25
КТ 2	100	0,25	25
КТ 3	100	0,5	50
Итого:	х	1,0	100

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ х Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Контрольное задание:

Вы получили задание от руководства компании проанализировать возможности выхода в электронную коммерцию для определенной товарной категории (вариант товарной категории выбирается по последней цифре номера студента в журнале).

Последняя цифра шифра	**Товарная категория**
0 или 1	Товары для спорта и активного отдыха
2 или 3	Товары для сада и огорода
4 или 5	Косметика и средства по уходу
6 или 7	Товары для домашних животных
8 или 9	Подарки и сувениры

Задания

1. Определите сектор электронной коммерции (B2B, B2C, C2C, G2B, B2G), который является наиболее перспективным для вашей товарной категории. Аргументируйте свой выбор, указав не менее двух причин.
2. Проведите анализ конкурентной среды с использованием модели пяти конкурентных сил М. Портера. Для каждой из пяти сил:

- Опишите, как она проявляется в вашей товарной категории
- Оцените силу влияния (высокая, средняя, низкая)
- Предложите один способ ослабления негативного влияния этой силы

3. Разработайте фрагмент маркетинговой стратегии по модели

AIDA для гипотетического интернет-магазина, торгующего товарами вашей категории. Для каждого этапа AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) предложите:

- Один конкретный элемент сайта или маркетинговый инструмент
- Краткое описание того, как этот инструмент работает именно для вашей товарной категории

4. Спрогнозируйте поведение целевой аудитории. Опишите портрет «идеального» покупателя для вашей товарной категории (пол, возраст, доход, ключевые потребности). Укажите, какие два фактора будут наиболее важны для него при выборе интернет-магазина (цена, ассортимент, скорость доставки, удобство сайта, отзывы, гарантия и т.д.).

5. Сравните два инструмента интернет-маркетинга из списка ниже применительно к вашей товарной категории:

- Контекстная реклама (Яндекс.Директ, Google Ads)
- Продвижение в социальных сетях (SMM)

Для каждого инструмента укажите по одному преимуществу и одному недостатку именно для вашей товарной категории. Обоснуйте, какому инструменту вы отдадите предпочтение при ограниченном рекламном бюджете.

КТ – 2.

Контрольное задание:

Необходимо спроектировать ключевой бизнес-процесс для интернет-магазина и предложить решения по его автоматизации. Вариант товарной категории выбирается по последней цифре номера студента в журнале.

Последняя цифра шифра	**Товарная категория**
0 или 1	Товары для спорта и активного отдыха
2 или 3	Товары для сада и огорода
4 или 5	Косметика и средства по уходу
6 или 7	Товары для домашних животных
8 или 9	Подарки и сувениры

Задание

1. Спроектируйте бизнес-процесс «Возврат товара покупателем» в текстово-табличной форме. Опишите последовательность действий от момента обращения покупателя до момента возврата денег. В описании для каждого шага укажите:

- Действие (что происходит)

- Исполнитель (покупатель, менеджер, склад, бухгалтерия, система)
- Документ или информация, которые создаются на этом шаге

Требование: Процесс должен содержать не менее 5 и не более 8 шагов.

2. Определите две сущности, которые должны храниться в базе данных интернет-магазина для поддержки процесса возврата. Для каждой сущности:

- Предложите название
- Укажите не менее четырех атрибутов
- Определите первичный ключ (PK) и внешний ключ (FK), если он есть

3. Предложите способ автоматизации одного из этапов процесса возврата с использованием CRM-системы. Опишите:

- Какой этап автоматизируется и почему вы выбрали именно его
- Какая информация о покупателе и возврате будет храниться в CRM
- Как сократится время обработки возврата после автоматизации (оценка в часах/днях)

4. Сравните два способа возврата денег покупателю:

- Возврат на банковскую карту (с которой производилась оплата)
- Возврат на электронный кошелек (например, ЮMoney, WebMoney)

Для каждого способа укажите по два преимущества и два недостатка. Какой способ вы порекомендуете интернет-магазину, если цель — минимизировать риск мошенничества?

5. Предложите три показателя (KPI) для контроля качества процесса обработки возвратов. Для каждого показателя:

- Дайте определение (формулу или способ расчета)
- Укажите единицу измерения
- Предложите нормативное (целевое) значение

КТ – 3.

Контрольное задание:

Вы – начинающий предприниматель, планирующий запустить стартап в сфере электронной коммерции. Вам необходимо представить концепцию проекта, обосновать технологические решения и оценить перспективы. Вариант стартапа выбирается по сумме цифр номера студента в журнале.

Сумма цифр шифра	Тема стартапа
1-4	Интернет-магазин экологичных товаров для дома
5-8	Маркетплейс для продажи цифровых товаров (шаблоны, гайды, курсы)
9-12	Сервис подписки на кофе/чай (ежемесячная доставка)
13-16	Платформа для онлайн-бронирования услуг узких специалистов
17-20	Интернет-магазин с элементами геймификации (накопление бонусов, уровни)
21 и более	Агрегатор предложений с доставкой из локальных магазинов

Задание

1. Опишите концепцию стартапа. Укажите:

- Название (придумайте самостоятельно)
- Проблему, которую решает стартап
- Целевую аудиторию (краткий портрет покупателя)
- Предполагаемый способ монетизации (за счет чего будет зарабатывать)

2. Выберите технологию создания сайта для вашего стартапа из трех вариантов:

- Конструктор (Tilda, Wix)
- Коробочная CMS (OpenCart, 1С-Битрикс)
- Индивидуальная разработка

Обоснуйте свой выбор тремя аргументами, связанными с особенностями вашего стартапа. Укажите один главный риск выбранного решения.

3. Предложите применение одной современной технологии из списка ниже для вашего стартапа. Опишите конкретный сценарий использования и ожидаемый эффект.

Технологии для выбора (выбрать одну):

- Чат-бот с искусственным интеллектом (AI)
- Технология дополненной реальности (AR)
- Голосовой поиск товаров
- Персонализация рекомендаций на основе машинного обучения

4. Оцените рыночные и технологические риски. Опишите по одному риску в каждой из трех категорий:

- Рыночные риски (спрос, конкуренты)
- Технологические риски (безопасность, отказы)

- Организационные риски (кадры, процессы)

Для каждого риска предложите один способ его снижения.

5. Разработайте дорожную карту (roadmap) запуска стартапа в виде последовательности из 4-5 этапов. Для каждого этапа укажите:

- Название этапа
- Ориентировочную длительность (в неделях или месяцах)
- Ключевой результат (что будет создано или достигнуто)

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий.

Для решения контрольных заданий обучающийся использует компьютер.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (зачет) проводится в устной форме. Необходимо дать ответ в устной форме на поставленный вопрос.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Перечень вопросов к зачету:

1. Опишите, какие предметные области и технологии объединили под собой категории «электронный бизнес» и «электронная коммерция».
2. Сформулируйте, какие задачи позволяет решить электронная коммерция в сравнении с магазинами offline. Объясните ее преимущества
3. В рамках моделирования бизнес-процессов интернет-магазина по продаже потребительских товаров представьте базовый блок модели своего интернет-магазина с входами и выходами с помощью нотации IDEF0.
4. Представьте классификацию систем электронной коммерции и опишите каждый из ее видов. Приведите примеры их реализации
5. Опишите преимущества и недостатки систем электронной коммерции.

6. Представьте декомпозицию основного бизнес-процесса для своего интернет-магазина с помощью нотации IDEF1X и опишите реализацию каждого процесса в рамках электронного бизнеса

7. Сформулируйте, как работает функциональная схема системы электронной коммерции B2C. Изобразите ее графически.

8. Раскройте характеристики основных конкурентных сил на рынке электронной коммерции по М. Портеру.

9. Определите содержание электронной коммерции: традиционный и «электронный» коммерческий цикл, его объекты и субъекты, информационные преимущества и экономические выгоды, получаемые участниками электронной коммерции.

10. Опишите модель электронной коммерции B2B: дайте ее общую характеристику и описание основных процессов. Приведите примеры ее реализации

11. Опишите модель электронного бизнеса B2C: дайте ее общую характеристику и описание основных процессов. Приведите примеры ее реализации

12. Сформулируйте описание Интернет-аукциона, его основных элементов и процессов. Разъясните к какому сегменту электронной коммерции относится эта форма.

13. Опишите варианты создания интернет-магазина, укажите характеристики каждого из них, включая преимущества, недостатки и сферу применения.

14. Опишите классификацию моделей взаимодействия бизнеса и граждан с государством: G2C, C2G, B2G, G2B. Приведите примеры

15. Дайте определение и опишите такие категории систем электронной коммерции как субъекты, объекты, клиенты, бизнес-процессы, факторы внешней среды, финансовые институты и систему электронного ведения бизнеса. Изобразите схему взаимодействия основных элементов бизнес-моделей электронной коммерции графически.

16. Опишите схему действия покупателя в интернет-магазине (B2C).

17. Опишите назначение и характеристики интернет-витрины, электронной торговой площадки, полнофункционального интернет-магазина. Приведите примеры каждой из перечисленных форм

18. 2. Сформулируйте, что такое ТЗ (техническое задание), стандарт ТЗ для ИС, определите его назначение и функции. Приведите примеры.

19. Сформулируйте, что такое CMS, определите ее назначение и функции, приведите примеры современных CMS. Разъясните, почему выбор CMS зависит от формата интернет-магазина.

20. Опишите, как 4P классического маркетинга работают в Интернет

21. Объясните, в чем преимущества маркетинговой стратегии AIDAs и приведите пример ее применения для определенной сферы электронной коммерции

22. Разъясните, как 4P классического маркетинга трансформировались в 5P интернет-маркетинга

23. Опишите этапы коммерциализации Интернет, включая современный этап развития сети. Дайте характеристику каждому этапу

24. Опишите составляющие классического маркетинга и новые составляющие интернет-маркетинга. Приведите примеры.

25. Разъясните отличия коммуникаций в традиционной и интернет-среде. Опишите преимущества и недостатки интернет-технологий для маркетинга

26. Приведите примеры реализации всех пяти составляющих 5P интернет-маркетинга

27. Сформулируйте правила и принципы юзабилити-подхода в проектировании сайта интернет-магазина. Приведите примеры по их реализации при создании сайта вашего интернет-магазина

28. Разъясните, что такое целевая группа для сайта, какую целевую информацию о ней необходима разработчику сайта интернет-магазина. Приведите примеры на основе своего проекта по варианту задания.

29. Объясните, что такое конверсия сайта, как она связана с его юзабилити. Приведите конкретные примеры.

30. Перечислите известные инструменты проведения маркетинговых исследований в сети на примере вашего интернет-магазина по варианту. Опишите план рекламной кампании по его продвижению в Интернет (контрольное задание по теме 2).

31. Сформулируйте, в чем состоит стратегия продвижения бизнеса в интернете (на примере сайта вашего интернет-магазина).

32. Опишите проблематику размещения сайта в Интернет, включая различные виды хостинга. Приведите примеры

33. Раскройте содержание бэнчмаркинга (изучение конкурентов в сфере электронной коммерции в сети) на основе опыта выполнения контрольного задания по теме 3 (продемонстрировать презентацию по ней).

34. Объясните задачи использования цифровых сертификатов для предприятий и их сайтов, а также применения протоколов SSL/TLS в сети.

35. Объясните, что такое система контекстной рекламы https://direct.yandex.ru/, опишите ее функции. Какова связь между услугами, предоставляемыми https://wordstat.yandex.ua/ и https://direct.yandex.ru/ (контрольное задание по теме 1).

36. Опишите требования к функциональности современных интернет-магазинов, которые необходимо учитывать при его проектировании.

37. Сформулировать смысл и практическую реализацию технологий SEO и SMM. Раскрыть смысл категории «Брендинг», описать ее роль в продвижении организации и интернет –магазина в сети.

38. Опишите назначение CRM-систем, их место в эволюции классов ИС (схема), основные составляющие их функционала, примеры современной реализации в рамках модели SaaS.

39. Сформулируйте принципы (правила) юзабилити-подхода в проектировании сайта интернет-магазина. Опишите правила графического дизайна. Приведите примеры по каждому из трех правил. Сформулируйте, как влияет тип информации на восприятие. Поясните на примерах.

40. Опишите преимущества и недостатки каждого из трех классов платформ (CMS) для разработки сайтов в современных условиях. Приведите примеры.

41. Дайте общую характеристику моделей электронного бизнеса.

42. Представьте декомпозицию основного бизнес-процесса для интернет-магазина по вашему варианту задания (включая процессы «Покупка в интернет-магазине», «Выбор товара на сайте», «Обработка заявки», «Логистика»; контрольное задание по теме 4).

43. Опишите системы B2C для маркетплейсов: FBO (fulfillment by operator), FBS (Fulfillment by Seller), DBS (delivery by seller), Экспресс-доставка. Приведите преимущества и недостатки каждого вида B2C для маркетплейсов, а также примеры их реализации.

44. Предложите метод сбора данных для формирования целевой аудитории в системах электронной коммерции и на примере разработки проекта сайта интернет-магазина по варианту задания.

45. Объясните, в чем преимущества маркетинговой стратегии AIDAs. Приведите пример применения маркетинговой стратегии AIDAs для определенной сферы электронной коммерции

46. Представьте декомпозицию основного бизнес-процесса для интернет- магазина по вашему варианту задания (включая процессы «Покупка в интернет-магазине», «Выбор товара на сайте», «Обработка заявки», «Логистика»; контрольное задание по теме 4).

47. Опишите отличия между категориями B2B и B2C в системах электронной коммерции

48. Опишите классификацию моделей взаимодействия бизнеса и граждан с государством: G2C, C2G, B2G, G2B. Приведите примеры

49. Сформулируйте описание Интернет-аукциона, его основных элементов и процессов. Разъясните к какому сегменту электронной коммерции относится эта форма.

50. Выполните сравнительный анализ категорий 4P классического маркетинга и 5P интернет-маркетинга.

51. Сформулируйте, в чем состоит стратегия продвижения бизнеса в интернете (на примере сайта вашего интернет-магазина).

52. Опишите назначение CRM-систем, их место в эволюции классов ИС (схема), основные составляющие их функционала, примеры современной реализации в рамках модели SaaS

53. Представьте классификацию основных моделей электронной коммерции (B2C, B2B, G2B, B2G), опишите каждый из ее видов, приведите примеры их реализации.

54. Разъясните, что такое Ключевые показатели эффективности (Key Performance Indicators, KPI) — показатели деятельности предприятия.

55. Сформулируйте, что такое CMS, определите ее назначение и функции, приведите примеры современных CMS. Разъясните, почему выбор CMS зависит от формата интернет-магазина.

56. Опишите, какие формы создания интернет-магазина используются на российском рынке электронной коммерции

57. Разъясните, что такое CRM. Это класс ИС или стратегия? Приведите примеры

58. Раскройте содержание бэнчмаркинга (изучение конкурентов в сфере электронной коммерции в сети) на основе опыта выполнения контрольного задания по теме 3 (продемонстрировать презентацию по ней).

59. Опишите методологию продвижения сайта интернет-магазина в глобальной сети на основе технологий SEO и SMM.

60. Опишите проблематику размещения сайта в Интернет, включая различные виды хостинга. Приведите примеры

61. Опишите технологии обеспечения безопасности платежей в Интернет, включая схему технологии 3D-Secure

62. Опишите технологию работы одноранговой, децентрализованной, или пиринговой сети. Приведите примеры ее применения

63. Обоснуйте преимущества и недостатки современных электронных платежных систем

64. Сформулируйте, что такое биткоин. Опишите, какие функции выполняет криптовалюта и в чем ее отличие от наличных/безналичных и цифровых денег

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно,	90-100

и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	75-89
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	60-74
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	1-59

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий

Персональный компьютер или ноутбук с доступом в Интернет. Браузер (Mozilla Firefox, Яндекс.Браузер) для доступа к CASE-средствам (Draw.io, diagrams.net) или любому графическому редактору. Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.).

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить

рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (за компьютером). Все новые понятия по изучаемой

теме необходимо выучить. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.

2. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.

3. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность — до 20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 60 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 10 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие для вузов / А. Г. Сковиков. — 4-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2026. — 260 с. — ISBN 978-5-507-56730-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/518833 (дата обращения: 07.06.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Стариковская, Н. А. Электронный бизнес: Сборник тестов : учебное пособие / Н. А. Стариковская, М. В. Кущ. — Москва : РТУ МИРЭА, 2022. — 70 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/239996 (дата обращения: 07.06.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Милютина, Е. М. Электронный бизнес : учебное пособие / Е. М. Милютина. — Брянск : Брянский ГАУ, 2022. — 33 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/304892 (дата обращения: 07.06.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.2. Дополнительная литература

1. Ястребов, А. П. Электронная коммерция в бизнесе : учебное пособие / А. П. Ястребов, Р. В. Молчанова. — Санкт-Петербург : ГУАП, 2024. — 86 с. — ISBN 978-5-8088-1933-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/497591 (дата обращения: 07.06.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Жильчик, Е. Е. Интернет-маркетинг и электронная коммерция : учебное пособие / Е. Е. Жильчик, В. А. Пархименко. — Минск : БГУИР, 2025. — 252 с. — ISBN 978-985-543-766-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/479633 (дата обращения: 07.06.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Харьков, В. П. Электронная коммерция и искусственный интеллект : учебное пособие / В. П. Харьков. — Москва : МосГУ, 2025. — 116 с. — ISBN 978-5-907986-01-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/508024 (дата обращения: 07.06.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Не используются

8.4. Интернет-ресурсы

1. Электронно-библиотечная система «ЗНАНИУМ» – URL: https://znanium.ru
2. Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ. – URL: https://www.garant.ru/
3. Информационно-правовой портал «КонсультантПлюс». – URL:

https://www.consultant.ru/about/
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. – URL: https://elibrary.ru/
5. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: https://cyberleninka.ru
6. Электронно-библиотечная система «Лань». – URL: http://e.lanbook.com

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства: Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.), веб-браузер (Mozilla Firefox, Яндекс.Браузер), ERwin, HeidiSQL, XAMPP, CMS OpenCart.

Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий: рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель.