



ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ИНСТИТУТ КОММУНИКАЦИЙ

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом Дальне-
восточного института коммуникаций


Председатель учебно-методического
совета

 / А.В. Шевердина/

22.05 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ

Декан инженерно-технического
факультета

 / П.П. Кича /

22.05 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

Интернет-технология ведения бизнеса Б1.В.ДВ.06.01

(наименование дисциплины)

трудоемкость в ЗЕ 3

Образовательная программа 26.03.01 Управление водным транспортом и

(шифр и наименование направления)

гидрографическое обеспечение судоходства

Разработана в соответствии с учебным планом направления подготовки (специальности)

26.03.01 Управление водным транспортом и

(наименование)

гидрографическое обеспечение судоходства

Утвержденным Ученым Советом ВУЗа,

протокол № УС-5/2019 от 21.05 2019 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

математики, физики и

информационных технологий, Инженерно-технический факультет

протокол № ИПТТ-3/2019 от 22.05 2019 г.

Заведующий кафедрой

 / К.Г. Кречетников /

Разработал(и)

 / К.Г. Кречетников /

(подпись)

1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – сформировать навыки практической работы в области электронного бизнеса: научить осуществлять поиск поставщиков и потребителей, проводить заключение договоров и оплату через Интернет; разрабатывать бизнес-план по созданию собственного электронного бизнеса; улучшать позиции традиционного бизнеса с помощью Интернет-технологий.

Задачи дисциплины:

- получение новых и углубление уже имеющихся теоретических знаний о телекоммуникационных и Интернет-технологиях, как основах для создания электронного бизнеса;
- изучение видов и моделей электронного бизнеса;
- изучение основ Интернет-трейдинга, Интернет маркетинга, Интернет-банкинга;
- изучение технологии применения платежных систем в Интернет;
- изучение юридических проблем при переходе к электронному бизнесу, вопросов обеспечения безопасности электронного бизнеса;
- формирование навыков создания сайта с помощью редакторов, без использования языков программирования;
- формирование навыков работы на электронной торговой площадке;
- формирование навыков создания электронного магазина с помощью программы-конструктора;
- формирование навыков по разработке бизнес-плана для электронного бизнеса.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.01 относится к вариативной части блока дисциплин (по выбору с дисциплиной «Программные средства и web-дизайн»). Дисциплина изучается на 3-ем курсе в объеме 3 з.е. (108 ч).

Освоение дисциплины базируется на компетенциях, сформированных по таким дисциплинам, как «Экономика», «Правоведение», «Информатика». Изучается параллельно с дисциплинами «Маркетинг» (по выбору), «Экономика транспорта» / «Экономика предприятия».

Дисциплина «Интернет-технология ведения бизнеса» необходима в качестве предшествующей для дисциплин «Информационные технологии на водном транспорте», «Система электронного документооборота» (по выбору), «Менеджмент».

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

В результате освоения дисциплины «Интернет-технология ведения бизнеса» выпускник должен обладать следующими *профессиональными компетенциями* (ПК):

владением современными информационными технологиями, способностью управлять информацией с использованием сетевых компьютерных технологий и базы данных в своей предметной области (ПК-2);

умением систематизировать и обобщать информацию (ПК-13);

Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, а также этапы их формирования, приведен в табл. 1.

Таблица 1

Формируемые компетенции

Код и формулировка компетенций	Этапы формирования компетенций	
ПК-2 владением современными информационными технологиями, способностью управлять информацией с использованием сетевых компьютерных технологий и базы данных в своей предметной области;	Знает	<ul style="list-style-type: none"> – о телекоммуникационных и Интернет-технологиях, как основах для создания электронного бизнеса, о видах и моделях электронного бизнеса; – основы разработки сайтов; – об Интернет маркетинге, Интернет-банкинге, их составляющих и тенденциях развития; – об Интернет-трейдинге; – применение Интернет-технологий в решении маркетинговых задач бизнеса; – основные аспекты планирования, разработки и реализация онлайн-бизнеса; – юридические проблемы при переходе к электронному бизнесу, вопросов обеспечения безопасности электронного бизнеса;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> – осуществлять электронные платежи через Интернет; – находить поставщиков и потребителей через Интернет, осуществлять покупки и продажи через электронные магазины и торговые площадки; – применять Интернет-технологии для эффективного маркетинга и рекламы; – разрабатывать бизнес-план по созданию собственного электронного бизнеса, оценивать готовность и затраты компании для перехода к электронному ведению бизнеса; – применять электронную цифровую подпись;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> – навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области электронного бизнеса, использовать современные образовательные технологии. – навыками работы со справочно-информационными системами и поисковыми системами; – навыками оценки готовности перехода компании к электронному бизнесу;

Код и формулировка компетенций	Этапы формирования компетенций	
ПК-13 умением систематизировать и обобщать информацию;	Умеет	–осуществлять поиск, обобщать, анализировать информацию и интерпретировать полученные результаты оценки эффективности различных экономических проектов;

4. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы

4.1 Очная форма обучения. Отсутствует

4.2 Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины (модуль)	Курс	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости
			ЛЗ	ПЗ	ЛР	К	СР	
Трудоемкость дисциплины в часах:							108	
Трудоемкость дисциплины в зачетных единицах:							3	
1.	Раздел 1 Экономические предпосылки развития и технологические основы электронного бизнеса.	3	2	4	-	20	Устный опрос	
2.	Раздел 2 Электронная коммерция (ЭК). Интернет-банкинг и платежные системы в Интернет		2	3	-	20	Устный опрос, групповая дискуссия	
3.	Раздел 3 Интернет-трейдинг. Интернет-маркетинг		-	-	-	10	Устный опрос	
4.	Раздел 4 Электронный бизнес как расширение сферы предпринимательской деятельности. Проблемы, возникающие при переходе к электронному бизнесу. Безопасность Электронного бизнеса		2	3	-	24	Устный опрос	
Всего:		-	6	10	-	14	74	
Форма промежуточной аттестации							К (12 ч), зачет (4 ч)	

Условные обозначения:

ЛЗ – лекционные занятия; ПЗ – практические занятия; ЛР – лабораторная работа; К (Р) – контрольная работа (реферат); СР – самостоятельная работа

5. Структура и содержание дисциплины по разделам/модулям

5.1. Темы лекций

Раздел	№ темы	Тема лекции	Количество часов
Раздел 1	1.	Экономические предпосылки развития электронного бизнеса.	1
	2.	Web-сайт как инструмент электронного бизнеса.	1
Раздел 2	1.	Электронная коммерция как один из видов электронного бизнеса.	1
	2.	Системы дистанционного банковского обслуживания.	1
Раздел 4	1.	Предотвращение финансовых потерь при переходе к электронному бизнесу.	1
	2.	Антиреклама.	1
Итого			6

5.2. Темы практических занятий

Раздел	Номер темы	Наименование темы	Количество часов
Раздел 1	-	Разработка сайта	4
Раздел 2	1.	Создание электронного магазина с помощью программы-конструктора Money Method	2
	2.	Электронная торговая площадка*	1
Раздел 4	-	Создание модели сайта для электронного бизнеса с помощью Microsoft FrontPage	3
Итого			10

Проводится в интерактивной форме в виде групповой дискуссии

5.3. Самостоятельная работа

Цель самостоятельной работы по дисциплине «Интернет-технология ведения бизнеса» – углубление теоретических знаний путем изучения дополнительной литературы и выполнения итоговой контрольной работы.

Раздел	№ темы	Тема для самостоятельной работы	Количество часов
Раздел 1	1.	Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса.	2
	2.	Причины перехода в киберпространство	2
	3.	Виды электронного бизнеса и их краткая характеристика	2
	4.	Модели электронного бизнеса	2

Раздел	№ темы	Тема для самостоятельной работы	Количество часов
	5.	Стандарты электронного бизнеса. Стандарты классификации товаров и услуг. Стандарты UN/EDIFACT и технология XML.	2
	6.	Мобильные средства ведения электронного бизнеса.	2
	7.	Виды доступа к Интернет. Гипертекст. Web – страница, Web-сайт. Адресация в IP сетях. Доменное имя. Протоколы. Браузеры. Службы Интернет.	2
	8.	Обзор программных средств и стандартов для разработки Web-сайта.	2
	9.	Составные элементы Web- сайта. Определение целей и задач сайта. Определение структуры сайта. Навигация по сайту. Основные правила и рекомендации по созданию сайта.	2
	10.	Содержание (контент) сайта. Обратная связь. Часто задаваемые вопросы. Общие правила дизайна. Обновление сайта.	2
Итого			20
Раздел 2	1.	Развитие электронной коммерции в мире и России.	2
	2.	Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C). Преимущества и недостатки.	2
	3.	Электронные магазины. Налогообложение товаров, продаваемых через Интернет. Влияние на стоимость. Как создать свой электронный магазин. Программные средства для создания электронных магазинов. Краткий обзор.	4
	4.	Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки. Реализация ЭК B2B в корпоративных информационных системах.	2
	5.	Технологии работы на электронных биржах и торговых площадках. Обзор торговых площадок.	2
	6.	Интернет-банкинг.	2
	7.	Требования к электронным системам оплаты. Применение электронных систем оплаты в бизнесе. Виды систем оплаты в Интернет. Использование кредитных карточек. Смарт-карты. Электронная наличность.	4
	8.	Российские платежные системы. PayCash, Webmoney, CyberPlat и др. Сравнение технологий оплаты и уровня их безопасности	2
Итого			20
Раздел 3	1.	Развитие электронной коммерции в мире и России.	2
	2.	Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C). Преимущества и недостатки.	2
	3.	Электронные магазины. Налогообложение товаров, продаваемых через Интернет. Влияние на	2

Раздел	№ темы	Тема для самостоятельной работы	Количество часов
		стоимость. Как создать свой электронный магазин. Программные средства для создания электронных магазинов. Краткий обзор.	
	4.	Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки. Реализация ЭК B2B в корпоративных информационных системах.	2
	5.	Технологии работы на электронных биржах и торговых площадках. Обзор торговых площадок.	2
Итого			10
Раздел 4	1.	Основные аспекты планирования, разработки и реализации онлайн-бизнеса.	2
	2.	Анализ бизнеса. Анализ цепочки добавления потребительской стоимости в условиях электронного бизнеса Интернет-экономике.	2
	3.	Анализ конкуренции в Интернет.	2
	4.	Оценка готовности перехода компании к электронному бизнесу.	2
	5.	Необходимость изменения бизнес-процессов при переходе к электронному бизнесу. Методы реорганизации.	2
	6.	Разрешение кризисных ситуаций. Теневой сайт. Электронное бюро претензий.	2
	7.	Юридические проблемы при переходе к электронному бизнесу.	2
	8.	Причины юридических споров в Интернет. Юрисдикция в Интернет. Борьба за доменное имя. Авторские права и интеллектуальная собственность в Интернет.	2
	9.	Угрозы безопасности. Классификация угроз.	2
	10.	Методы борьбы. Создание стратегии безопасности. Средства криптографии.	2
	11.	Технические и юридические основы электронно-цифровой подписи (ЭЦП).	2
	12.	Безопасность, обеспечиваемая средствами клиента. Цифровые сертификаты. Смарт-карты. Идентификация на основе биометрических данных.	2
Итого			24
-	-	Выполнение контрольной работы	14
Итого			14
Итого			88

5.4. Содержание дисциплины по разделам

Раздел 1. Экономические предпосылки развития и технологические основы электронного бизнеса.

Экономические предпосылки развития электронного бизнеса.

Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса. Причины перехода в киберпространство: расширение рынка; привлечение внимания; улучшение деловых взаимоотношений; повышение уровня реагирования; новые услуги; снижение затрат; своевременная поставка товаров «точно в срок».

Виды электронного бизнеса и их краткая характеристика: электронные банки; электронная коммерция; электронные указатели; электронные НИР и ОКР; электронные аукционы; электронные казино; электронные кадровые агентства; электронное обучение; электронная почта; электронный маркетинг; электронный менеджмент операционных ресурсов; электронный менеджмент поставок; электронные брокерские услуги и др. Модели электронного бизнеса: модель Интернет бизнеса, модель расширения существующего бизнеса в Интернет, информационная модель.

Стандарты электронного бизнеса. Стандарты классификации товаров и услуг. Стандарты UN/EDIFACT и технология XML.

Мобильные средства ведения электронного бизнеса.

Виды доступа к Интернет. Гипертекст. Web –страница, Web-сайт. Адресация в IP сетях. Доменное имя. Протоколы. Браузеры. Службы Интернет.

Web-сайт как инструмент электронного бизнеса

Обзор программных средств и стандартов для разработки Web-сайта.

Составные элементы Web- сайта. Определение целей и задач сайта. Определение структуры сайта. Навигация по сайту. Основные правила и рекомендации по созданию сайта.

Содержание (контент) сайта. Обратная связь. Часто задаваемые вопросы. Общие правила дизайна. Обновление сайта.

Раздел 2. Электронная коммерция (ЭК). Интернет-банкинг и платежные системы в Интернет

Электронная коммерция как один из видов электронного бизнеса. Виды (модели) электронной коммерции. Развитие электронной коммерции в мире и России.

Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C). Преимущества и недостатки.

Электронные магазины. Налогообложение товаров, продаваемых через Интернет. Влияние на стоимость. Как создать свой электронный магазин. Программные средства для создания электронных магазинов. Краткий обзор.

Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки. Реализация ЭК B2B в корпоративных информационных системах.

Электронные торговые площадки. Технологии работы на электронных биржах и торговых площадках. Обзор торговых площадок.

Интернет-банкинг. Системы дистанционного банковского обслуживания.

Требования к электронным системам оплаты. Применение электронных систем оплаты в бизнесе. Виды систем оплаты в Интернет. Использование кредитных карточек. Смарт-карты. Электронная наличность.

Российские платежные системы. PayCash, Webmoney, CyberPlat и др. Сравнение технологий оплаты и уровня их безопасности

Раздел 3. Интернет-трейдинг. Интернет-маркетинг

Понятие электронного фондового рынка, интернет-трейдинга. Технология работы на электронных фондовых рынках.

Система электронных биржевых торгов INDX (торговля обязательствами по возврату денег или поставок товара)

Интернет-биржа Forexite: заключение сделок, просмотр открытой позиции, прибыли или убытка, добавление депозита и снятие полученной прибыли, использование тренажера для начинающих трейдеров.

Применение Интернет в решении маркетинговых задач бизнеса. Маркетинговые технологии Интернет. Роль и значение Web-сайта в маркетинге. Привлечение посетителей на сайт. Индивидуальный маркетинг в Интернет. Прямой маркетинг в Интернет. Реклама в Интернет.

Размещение сайта в сети. Реклама и раскрутка сайта.

Раздел 4. Электронный бизнес как расширение сферы предпринимательской деятельности. Проблемы, возникающие при переходе к электронному бизнесу. Безопасность Электронного бизнеса

Основные аспекты планирования, разработки и реализация онлайн-бизнеса. С чего начать? Вопросы, которые необходимо учесть при разработке бизнес-плана. Ключевые факторы успеха. Предотвращение финансовых потерь при переходе к электронному бизнесу.

Поиск стратегических возможностей. Матрица стоимости Интернет-бизнеса. Примеры матриц стоимости компаний

Анализ бизнеса. Анализ цепочки добавления потребительской стоимости в условиях электронного бизнеса Интернет-экономике.

Анализ конкуренции в Интернет.

Оценка готовности перехода компании к электронному бизнесу.

Необходимость изменения бизнес-процессов при переходе к электронному бизнесу. Методы реорганизации.

Разрешение кризисных ситуаций. Теневой сайт. Антиреклама. Электронное бюро претензий.

Юридические проблемы при переходе к электронному бизнесу. Причины юридических споров в Интернет. Юрисдикция в Интернет. Борьба за доменное имя. Авторские права и интеллектуальная собственность в Интернет.

Угрозы безопасности. Классификация угроз.

Методы борьбы. Создание стратегии безопасности. Средства криптографии.

Технические и юридические основы электронно-цифровой подписи (ЭЦП).

Безопасность, обеспечиваемая средствами клиента. Цифровые сертификаты. Смарт-карты. Идентификация на основе биометрических данных.

Безопасность, обеспечиваемая средствами сервера. Брандмауэр. Прокси-сервер. Настройка браузера. Защищенные операционные системы. Органы сертификации.

5.5. Итоговая контрольная работа

Итоговая контрольная работа выполняется по дисциплине «Интернет-технология ведения бизнеса» и является комплексной самостоятельной работой обучающегося, в рамках которой он должен показать знание материала и умение использовать научные методы.

Обучающийся до начала установочной сессии выбирает из приведенного списка задание, и, выполнив его, отправляет его на проверку в ДВИК.

5.6. Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений и лидерских качеств при проведении учебных занятий.

Современная ориентация образования на формирование компетенций как готовности и способности человека к деятельности и общению предполагает создание дидактических и психологических условий, в которых обучающийся может проявить не только интеллектуальную и познавательную активность, но и личностную социальную позицию, свою индивидуальность, выразить себя как субъект обучения.

С целью достижения максимального эффекта в процессе обучения участников следует придерживаться следующих принципов работы в группе: принцип добровольности; принцип «здесь и теперь»; принцип персонификации высказываний; принцип активности; принцип равного общения; принцип конфиденциальности; принцип искренности и открытости.

В процессе работы с учебной группой осуществляется психологическое воздействие как педагога на участников, так и участников друг на друга. Психологическое воздействие – это влияние на личность или группу людей с целью изменения их психологического состояния, а также изменения поведения, личностно-смысловых образований другим человеком или группой людей.

Понимание механизмов психологического воздействия на личность позволяет эффективно организовывать коррекционную, развивающую работу в группе.

Дискуссионные методы активного обучения по дисциплине «Интернет-технология ведения бизнеса»

Раздел 2. Электронная коммерция (ЭК). Интернет-банкинг и платежные системы в Интернет. Тема: «Электронная торговая площадка».

Дискуссионные методы – это вид методов активного социально-психологического обучения, основанных на организационной коммуникации в процессе решения учебно-профессиональных задач. Это методы, дающие возможность путем использования в процессе публичного спора системы логически обоснованных доводов воздействовать на мнения, позиции и установки участников «дискуссии».

Групповая дискуссия (от лат. «discussion» – рассмотрение, исследование) – метод организации совместной деятельности, позволяющий воздействовать на мнения и установки участников в процессе непосредственного общения и обмена информацией.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Интернет-технология ведения бизнеса» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- характеристику заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

7. Контроль достижения целей обучения

№ п/п	Наименование раздела (модуля) дисциплины	Код компетенции	Этапы формирования компетенции	Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Раздел 1 Экономические предпосылки развития и технологические основы электронного бизнеса.	ПК-2 ПК-13	Знать: – о телекоммуникационных и Интернет-технологиях, как основах для создания электронного бизнеса, о видах и моделях электронного бизнеса; – основы разработки сайтов;	Устный опрос;	Вопросы на зачет 1-8;
			Уметь: – осуществлять поиск, обобщать, анализировать информацию и интерпретировать полученные результаты оценки эффективности различных экономических проектов;		
			Владеть: – навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области электронного бизнеса, использовать современные образовательные технологии; – навыками работы со справочно-информационными системами и поисковыми системами.		
2.	Раздел 2 Электронная коммерция (ЭК). Интернет-банкинг и платежные системы в Интернет	ПК-2	Знать: – об Интернет маркетинге, Интернет-банкинге, их составляющих и тенденциях развития;	Устный опрос, групповая дискуссия	Вопросы на зачет 9-12;
			Уметь: – осуществлять электронные платежи через Интернет; – находить поставщиков и потребителей через Интернет, осуществлять покупки и продажи через электронные магазины и торговые площадки;		
			Владеть: – навыками работы со справочно-информационными системами и поисковыми системами;		
3.	Раздел 3 Интернет-трейдинг. Интернет-маркетинг	ПК-2	Знать: – об Интернет-трейдинге; – применение Интернет-технологий в решении маркетинговых задач бизнеса;	Устный опрос	Вопросы на зачет 13-15;
			Уметь: – применять Интернет-технологии для эффективного маркетинга и рекламы;		
			Владеть: – навыками работы со справочно-информационными системами и поисковыми системами;		
4.	Раздел 4 Электронный бизнес как расширение сферы предпринимательской деятельности.	ПК-2	Знать: – основные аспекты планирования, разработки и реализация онлайн-бизнеса; – юридические проблемы при переходе к электронному бизнесу, вопросов обеспечения безопасности электронного бизнеса;	Устный опрос	Вопросы на зачет 16-18;

№ п/п	Наименование раздела (модуля) дисциплины	Код компетенции	Этапы формирования компетенции	Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	Проблемы, возникающие при переходе к электронному бизнесу. Безопасность Электронного бизнеса		Уметь: – разрабатывать бизнес-план по созданию собственного электронного бизнеса, оценивать готовность и затраты компании для перехода к электронному ведению бизнеса; – уметь применять электронную цифровую подпись;		
			Владеть: – навыками оценки готовности перехода компании к электронному бизнесу;		

Вопросы для проведения групповой дискуссии, устного опроса, методические материалы, определяющие процедуры оценивания, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, полученных в результате овладения компетенциями в процессе освоения образовательной программы, представлены в *фонде оценочных средств* (приложение 2).

Глоссарий основных терминов по дисциплине представлен в приложении 3.

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной литературы:

1. Кобелев, О.А. Электронная коммерция/ под ред. С.В. Пирогова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2018. – 684 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496127>

2. Шулепов, В.И. Основы электронной коммерции: учебное пособие / В.И. Шулепов, Г.Р. Шакирова. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2014. – 109 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439334>

8.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Идеально! Как создать и переделать свой сайт: правильный подход и передовые техники разработки / Э. Кларк, П. Боуг, Р. Эндрю и др.; ред. А. Сарычев; пер. О. Серовская. – М.: СилаУма-Паблишер, 2013. – 377 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=236758>

2. Мартиросян К. В. Интернет-технологии [Электронный ресурс]: учебное пособие / К. В. Мартиросян, В. В. Мишин. – Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. – 106 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63089.html>

3. Плиско, А. В. Интернет-технологии для ведения бизнеса [Электронный ресурс]: методическое пособие для бакалавров по направлениям подготовки 43.03.02 Туризм, 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.03. «Управление персоналом» / А. В. Плиско. – Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. – 49 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86401.html>

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

9.1. Профессиональные базы данных

1. Официальный сайт компании «Консультант Плюс». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru.

9.2. Ресурсы информационно-коммуникационной сети Интернет, справочные системы

1. База данных «Оценочная деятельность» Минэкономразвития РФ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/CorpManagment/activity/>

2. Российское образование. Федеральный портал: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.edu.ru>

3. Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru>

4. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система. – Загл. с титул. экрана. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru>

5. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система. – Загл. с титул. экрана. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>

9.3. Лицензионное программное обеспечение

Операционная система MS Windows, пакет прикладных программ MS Office.

10. Материально-техническая база

Для обеспечения занятий необходимо следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

№	Оборудование
1.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций с доступом в сеть Интернет и к электронно-библиотечным системам. Оснащена учебной мебелью (парты), посадочные места для бакалавров (скамьи и/или стулья), маркерная доска.



ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ИНСТИТУТ КОММУНИКАЦИЙ

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ
по дисциплине «Интернет-технология ведения бизнеса»**

**Направление 26.03.01 Управление водным транспортом
и гидрографическое обеспечение судоходства**

Форма подготовки заочная

**Владивосток
2019**

Характеристика заданий для самостоятельной работы и методические рекомендации по их выполнению

1. Рекомендации по организации самостоятельной работы

Ввиду того, что значительная часть материала будет изучаться в режиме самоподготовки, т. е. без предварительного прослушивания лекций, целесообразно сформулировать ряд рекомендаций, которые необходимо учесть при самостоятельном изучении дисциплины для лучшего усвоения материала.

Самостоятельная работа является важнейшей составной частью учебного процесса и обязанностью каждого обучающегося. Качество усвоения учебной дисциплины находится в прямой зависимости от способности самостоятельно и творчески учиться.

Самостоятельная работа является наиболее деятельным и творческим процессом, который выполняет ряд дидактических функций: способствует формированию диалектического мышления, вырабатывает высокую культуру умственного труда, совершенствует способы организации познавательной деятельности, воспитывает ответственность, целеустремленность, систематичность и последовательность в работе обучающихся, развивает у них бережное отношение к своему времени, способность доводить до конца начатое дело.

Самостоятельная работа обучающегося – это вся его работа по овладению содержанием учебной дисциплины и соответствующими практическими навыками и умениями, активная интеллектуальная деятельность.

Содержанием самостоятельной работы обучающихся являются следующие ее виды: изучение понятийного аппарата дисциплины; изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану; подготовка к лекциям, практическим занятиям, к проведению групповой дискуссии и итоговой контрольной работы.

Вся система индивидуальной самостоятельной работы должна быть подчинена осмыслению основных категорий дисциплины, усвоению понятийного аппарата курса, поскольку одной из важнейших задач подготовки современного грамотного специалиста является овладение и грамотное применение профессиональной терминологии. Лучшему усвоению и пониманию дисциплины «Интернет-технология ведения бизнеса» помогут различные энциклопедии, словари, справочники и другие материалы, указанные в соответствующих темах дисциплины.

Особое место отводится самостоятельной проработке обучающимися отдельных разделов и тем по изучаемой дисциплине. Такой подход вырабатывает

у обучающихся инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ курса, раскрытия сущности основных категорий, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала.

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к материалам периодических изданий. При этом очень полезно делать выписки и конспекты наиболее интересных материалов. Это не только мобилизует внимание, но и способствует более глубокому осмыслению материала и лучшему его запоминанию. Записи как бы контролируют восприятие прочитанного. Кроме того, такая практика учит обучающихся отделять в тексте главное от второстепенного, а также позволяет проводить систематизацию и сравнительный анализ изучаемой информации, что чрезвычайно важно в условиях большого количества разнообразных по качеству и содержанию сведений.

Обучающийся должен уметь самостоятельно подбирать необходимую для учебной и научной работы литературу.

Важным аспектом самостоятельной подготовки обучающихся является работа с библиотечным фондом и ЭБС.

Это работа многоаспектна и предполагает различные варианты повышения профессионального уровня обучающихся.

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам.

2. Рекомендации по подготовке к лекциям

Лекции являются одним из основных видов учебных занятий. В ходе лекционного курса проводится изложение современных научных материалов в систематизированном виде, а также разъяснение наиболее трудных вопросов учебной дисциплины.

При изучении дисциплины следует помнить, что лекционные занятия являются направляющими в большом объеме научного материала. Большую часть знаний студент должен набирать самостоятельно из учебников и научной литературы.

В тетради для конспектирования лекций должны быть поля, где по ходу конспектирования делаются необходимые пометки. В конспектах рекомендуется

применять сокращения слов, что ускоряет запись. Вопросы, возникшие в ходе лекций, рекомендуется делать на полях и после окончания лекции обратиться за разъяснениями к преподавателю.

Необходимо активно работать с конспектом лекции: после окончания лекции рекомендуется перечитать свои записи, внести поправки и дополнения на полях. Конспекты лекций рекомендуется использовать при подготовке к практическим занятиям, зачету, контрольным тестам, при выполнении самостоятельных заданий.

3. Рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Для подготовки к практическим занятиям обучающемуся необходимо заранее ознакомиться с перечнем вопросов, которые будут рассмотрены на занятии, а также со списком основной и дополнительной литературы.

Необходимо помнить, что правильная полная подготовка к занятию подразумевает прочтение не только лекционного материала, но и учебной литературы. Необходимо прочитать соответствующие разделы из основной и дополнительной литературы, рекомендованной преподавателем, выделить основные понятия и процессы, их закономерности и движущие силы и взаимные связи. При подготовке к занятию не нужно заучивать учебный материал. Необходимо попытаться самостоятельно найти новые данные по теме занятия в научных и научно-популярных изданиях и на авторитетных сайтах. На практических занятиях нужно выяснять у преподавателя ответы на интересующие или затруднительные вопросы, высказывать и аргументировать свое мнение.

4. Рекомендации по подготовке к групповой дискуссии

Обучаемые должны за несколько дней до проведения дискуссии знать тему спора, предложенные для обсуждения вопросы, чтобы изучить проблему, прочитать необходимую литературу, проконсультироваться со специалистами, проанализировать различные точки зрения, сопоставить их, определить собственную позицию.

5. Темы для контрольной работы

Контрольная работа по дисциплине «Интернет-технология ведения бизнеса» является комплексной самостоятельной работой обучающегося, в рамках которой он должен показать знание материала и умение использовать научные методы.

Обучающийся до начала установочной сессии выбирает из приведенного списка задание, и, выполнив его, отправляет его на проверку в ДВИК. Если номер варианта 5, то необходимо выбрать тему – 5, 15, 25.

Темы контрольной работы

1. Экономические предпосылки развития электронного бизнеса.
 2. Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса.
- Причины перехода в киберпространство
3. Виды электронного бизнеса и их краткая характеристика.
 4. Модели электронного бизнеса: модель Интернет бизнеса, модель расширения существующего бизнеса в Интернет, информационная модель.
 5. Стандарты электронного бизнеса. Стандарты классификации товаров и услуг. Стандарты UN/EDIFACT и технология XML.
 6. Мобильные средства ведения электронного бизнеса.
 7. Виды доступа к Интернет. Адресация в IP сетях. Доменное имя.
- Протоколы.
8. Обзор популярных Браузеров. Службы Интернет.
 9. Составные элементы Web- сайта. Определение целей и задач сайта. Определение структуры сайта. Навигация по сайту. Основные правила и рекомендации по созданию сайта.
 10. Содержание (контент) сайта. Обратная связь. Часто задаваемые вопросы. Общие правила дизайна. Обновление сайта.
 11. Обзор программных средств и стандартов для разработки Web-сайта.
 12. Виды (модели) электронной коммерции. Развитие электронной коммерции в мире и России, Иркутской области.
 13. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C). Структура B2C-компании.
 14. Электронные магазины. Виды электронных магазинов. Витрина. Магазин. Торговая информационная система.
 15. Программные средства для создания электронных магазинов. Краткий обзор программных продуктов для создания Интернет-магазина.
 16. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Структура B2B-компании.
 17. Корпоративная торговая площадка. Реализация ЭК B2B в корпоративных информационных системах.
 18. Электронные торговые площадки. Технологии работы на электронных биржах и торговых площадках.

19. Интернет-банкинг. Системы дистанционного банковского обслуживания.

20. Требования к электронным системам оплаты. Применение электронных систем оплаты в бизнесе. Виды систем оплаты в Интернет. Использование кредитных карточек. Смарт-карты. Электронная наличность.

21. Российские платежные системы. PayCash, Webmoney, CyberPlat и др. Сравнение технологий оплаты и уровня их безопасности.

22. Понятие электронного фондового рынка, Интернет-трейдинга. Технология работы на электронных фондовых рынках.

23. Обзор систем электронных биржевых торгов.

24. Интернет-биржа Forexite: заключение сделок, просмотр открытой позиции, прибыли или убытка, добавление депозита и снятие полученной прибыли, использование тренажера для начинающих трейдеров

25. Разрешение кризисных ситуаций. Теневой сайт. Антиреклама. Электронное бюро претензий.

26. Юридические проблемы при переходе к электронному бизнесу. Причины юридических споров в Интернет. Юрисдикция в Интернет. Борьба за доменное имя.

27. Авторские права и интеллектуальная собственность в Интернет.

28. Угрозы безопасности. Классификация угроз.

29. Методы борьбы. Создание стратегии безопасности. Средства криптографии.

30. Технические и юридические основы применения электронно-цифровой подписи (ЭЦП).

б. Краткие методические указания по написанию контрольной работы

Итоговая контрольная работа выполняется в форме реферата. Основная цель контрольной работы по дисциплине «Интернет-технология ведения бизнеса» – проверка усвоения обучающимися курса.

Акцент на аналитико-исследовательской подготовке при написании контрольной работы достигается за счет глубокого изучения проблематики исследований в сфере электронного бизнеса.

Написание контрольной работы представляет собой теоретическую работу обучающегося, в которой он излагает точку зрения по рассматриваемой проблеме. Желательно, чтобы контрольная работа включала результаты собственных исследований. При этом наличие авторских выводов по рассматриваемой проблеме является обязательным.

Задача выполнения контрольной работы состоит в систематизации теоретических знаний по наиболее важным разделам и темам курса.

Подготовка контрольной работы направлена на развитие у специалистов навыков творческого усвоения и научно-обоснованного использования теоретических положений научной и методической литературы, статистических материалов, различных специализированных изданий.

Выполнение контрольной работы предполагает также выработку у обучающихся умения производить подбор литературных источников по закрепленной теме, осуществлять их анализ и отражать при оформлении своей работы.

Предъявляемые требования

Контрольная работа должна содержать теоретический и практический материал по отдельным направлениям дисциплины. Основное пожелание при выполнении контрольной работы – умение увязать теоретические вопросы с практической деятельностью.

Написание контрольной работы

Контрольная работа должна включать: введение, основную часть и заключение.

Во введении даются краткая характеристика и современное состояние рассматриваемого вопроса. Указываются цель и задачи работы, объект исследования, выполненные разработки и элементы новизны, привнесенные в процессе написания работы. Обосновывается актуальность выбранной темы.

Основная часть работы должна содержать вопросы, предусмотренные в плане контрольной работы. Вначале описываются теоретические положения, раскрывающие сущность рассматриваемой проблемы, анализируются собранные материалы, характеризующие практическую сторону объекта исследования. Этот раздел работы следует иллюстрировать таблицами, схемами (диаграммами), фотографиями, проспектами и другими материалами. При использовании материалов из других источников следует делать сноски с указанием автора, названия и год издания книги или других материалов.

Заключение должно состоять из выводов и предложений, которые получены в результате работы. Их следует формулировать четко и по пунктам.

Литература содержит список учебной, научной литературы, научных статей, законодательных и нормативных актов, статистических сборников и прочих использованных источников. Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам.

Контрольная работа должна содержать титульный лист, план работы, список используемой литературы и приложения. Объем работы должен составлять 15 – 20 страниц компьютерного текста.

При написании контрольной работы следует придерживаться определенных требований к ее оформлению. Незнание и несоблюдение этих требований может повлечь за собой снижение оценки за работу.

К стандартным требованиям, к оформлению текста относится обязательное использование шрифта «Times New Roman». Размер шрифта должен составлять 14 пт, а межстрочный интервал 1,3–1,5.

Должны соблюдаться определенные границы полей: сверху и снизу – 2, слева – 2,5, справа – 1,5. Все страницы должны быть пронумерованы. На титульной странице и приложениях к контрольной работе номер не ставится.

Каждый раздел контрольной работы должен иметь свое название.

Ключевые требования к оформлению заголовков:

- наименование заголовка располагается по центру строки и печатается прописными буквами;
- подзаголовки печатаются строчными буквами;
- заголовки и подзаголовки оформляются полужирным начертанием;
- не допускаются переносы;
- все разделы и подразделы нумеруются.

Все перечисленные элементы должны быть пронумерованы. При этом может быть использована сквозная нумерация или же отдельная для каждого раздела. Если в тексте находится только один графический элемент или таблица, то они не нумеруются.

Каждый элемент располагается после ссылки на него в тексте. Название таблицы пишется перед таблицей, а название рисунков, графиков и схем располагается под графическим элементом.

Сроки выполнения контрольной работы устанавливаются согласно учебного графика. Контрольная работа после проверки преподавателем и внесения необходимых исправлений и добавлений подлежит защите.



ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ИНСТИТУТ КОММУНИКАЦИЙ

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Интернет-технология ведения бизнеса»

**Направление 26.03.01 Управление водным транспортом
и гидрографическое обеспечение судоходства**

Форма подготовки заочная

**Владивосток
2019**

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

Код и формулировка компетенций	Этапы формирования компетенций	
ПК-2 владением современными информационными технологиями, способностью управлять информацией с использованием сетевых компьютерных технологий и базы данных в своей предметной области;	Знает	<ul style="list-style-type: none"> – о телекоммуникационных и Интернет-технологиях, как основах для создания электронного бизнеса, о видах и моделях электронного бизнеса; – основы разработки сайтов; – об Интернет маркетинге, Интернет-банкинге, их составляющих и тенденциях развития; – об Интернет-трейдинге; – применение Интернет-технологий в решении маркетинговых задач бизнеса; – основные аспекты планирования, разработки и реализации онлайн-бизнеса; – юридические проблемы при переходе к электронному бизнесу, вопросов обеспечения безопасности электронного бизнеса;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> – осуществлять электронные платежи через Интернет; – находить поставщиков и потребителей через Интернет, осуществлять покупки и продажи через электронные магазины и торговые площадки; – применять Интернет-технологии для эффективного маркетинга и рекламы; – разрабатывать бизнес-план по созданию собственного электронного бизнеса, оценивать готовность и затраты компании для перехода к электронному ведению бизнеса; – применять электронную цифровую подпись;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> – навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области электронного бизнеса, использовать современные образовательные технологии. – навыками работы со справочно-информационными системами и поисковыми системами; – навыками оценки готовности перехода компании к электронному бизнесу;
ПК-13 умением систематизировать и обобщать информацию;	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> – осуществлять поиск, обобщать, анализировать информацию и интерпретировать полученные результаты оценки эффективности различных экономических проектов;

№ п/п	Наименование раздела (модуля) дисциплины	Код компетенции	Этапы формирования компетенции	Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
5.	Раздел 1 Экономические предпосылки развития и технологические основы электронного бизнеса.	ПК-2 ПК-13	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – о телекоммуникационных и Интернет-технологиях, как основах для создания электронного бизнеса, о видах и моделях электронного бизнеса; – основы разработки сайтов; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять поиск, обобщать, анализировать информацию и интерпретировать полученные результаты оценки эффективности различных экономических проектов; 	Устный опрос;	Вопросы на зачет 1-8;

№ п/п	Наименование раздела (модуля) дисциплины	Код компетенции	Этапы формирования компетенции		Оценочные средства - наименование	
					текущий контроль	промежуточная аттестация
			Владеть:	– навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области электронного бизнеса, использовать современные образовательные технологии; – навыками работы со справочно-информационными системами и поисковыми системами.		
6.	Раздел 2 Электронная коммерция (ЭК). Интернет-банкинг и платежные системы в Интернет	ПК-2	Знать:	– об Интернет маркетинге, Интернет-банкинге, их составляющих и тенденциях развития;	Устный опрос, групповая дискуссия	Вопросы на зачет 9-12;
			Уметь:	– осуществлять электронные платежи через Интернет; – находить поставщиков и потребителей через Интернет, осуществлять покупки и продажи через электронные магазины и торговые площадки;		
			Владеть:	– навыками работы со справочно-информационными системами и поисковыми системами;		
7.	Раздел 3 Интернет-трейдинг. Интернет-маркетинг	ПК-2	Знать:	– об Интернет-трейдинге; – применение Интернет-технологий в решении маркетинговых задач бизнеса;	Устный опрос	Вопросы на зачет 13-15;
			Уметь:	– применять Интернет-технологии для эффективного маркетинга и рекламы;		
			Владеть:	– навыками работы со справочно-информационными системами и поисковыми системами;		
8.	Раздел 4 Электронный бизнес как расширение сферы предпринимательской деятельности. Проблемы, возникающие при переходе к электронному бизнесу. Безопасность Электронного бизнеса	ПК-2	Знать:	– основные аспекты планирования, разработки и реализация онлайн-бизнеса; – юридические проблемы при переходе к электронному бизнесу, вопросов обеспечения безопасности электронного бизнеса;	Устный опрос	Вопросы на зачет 16-18;
			Уметь:	– разрабатывать бизнес-план по созданию собственного электронного бизнеса, оценивать готовность и затраты компании для перехода к электронному ведению бизнеса; – уметь применять электронную цифровую подпись;		
			Владеть:	– навыками оценки готовности перехода компании к электронному бизнесу;		

Характеристика оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Групповая дискуссия	Способ активизации группы для решения теоретических и практических задач в целях обучения, развития, установления взаимоотношений в группе.	Перечень вопросов дискуссии
2	Устный опрос	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам дисциплины
3	Контрольная работа	Вид самостоятельной письменной работы обучающегося по определенной теме в рамках содержания дисциплины	Варианты контрольных работ

Оценочные средства для промежуточной аттестация студентов

Промежуточная аттестация по дисциплине «Интернет-технология ведения бизнеса» проводится устно в виде зачета с оценкой. Перечень вопросов представлен в таблице.

№ п/п	Перечень вопросов для контроля
1.	Экономические предпосылки развития электронного бизнеса.
2.	Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса. Причины перехода в киберпространство.
3.	Виды электронного бизнеса и их краткая характеристика.
4.	Модели электронного бизнеса и их краткая характеристика.
5.	Стандарты электронного бизнеса. Стандарты классификации товаров и услуг. Стандарты UN/EDIFACT и технология XML.
6.	Мобильные средства ведения электронного бизнеса.
7.	Перечислите и дайте краткую характеристику видам доступа к Интернет.
8.	Назовите службы Интернет
9.	Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).2. Каким должен быть Интернет-магазин. Обработка заказа. Управление магазином.
10.	Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки. Реализация ЭК B2B в корпоративных информационных системах. Технологии работы на электронных биржах и торговых площадках.
11.	Электронные деньги. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).
12.	Российские и зарубежные платежные системы. Сравнение технологий оплаты и уровня их безопасности. Выявление мошенничества.
13.	Регистрация сайта
14.	Раскрутка сайта

№ п/п	Перечень вопросов для контроля
15.	Регистрация предприятия для ведения бизнеса в Интернет, налогообложение предприятий, работающих в Интернет
16.	Наука и технология шифрования важной информации для защиты ее от изменений и неавторизованного доступа, это?
17.	Криптография с открытым и закрытым ключами.
18.	Какие алгоритмы шифрования используются для создания цифровых подписей, подтверждающих подлинность передаваемых документов и сообщений?
19.	Электронная цифровая подпись (ЭЦП), закон об ЭЦП.

Критерии оценки промежуточного контроля в виде зачета с оценкой:

- зачет с оценкой *«отлично»* ставится если обучающийся:
 - в полном объеме в устной или письменной форме излагает полученные знания;
 - допускает несущественные ошибки и самостоятельно исправляет их;
 - при ответе выделяет основные понятия изученного предмета;
 - выявляет причинно-следственные связи;
 - обобщает материал, формулирует выводы;
 - свободно оперирует фактами;
 - использует сведения из дополнительных источников;
- зачет с оценкой *«хорошо»*:
 - в полном объеме в устной или письменной форме излагает полученные знания;
 - допускает несущественные ошибки и исправляет их после указания на них преподавателем;
 - при изложении пройденного материала подчеркивает существенные признаки изученного предмета;
 - выделяет причинно-следственные связи;
 - формулирует выводы и обобщает материал;
- зачет с оценкой *«удовлетворительно»*:
 - не в полном объеме излагает изученный материал;
 - допускает ошибки, исправляемые преподавателем;
 - не может выделить существенные признаки изученного предмета;
 - затрудняется при выявлении причинно-следственных связей и формулировке выводов;
- *«незачтено»*:
 - демонстрирует полное незнание пройденного материала;

- при ответах на вопросы преподавателя допускает грубые ошибки или вовсе не отвечает на них.

Оценочные средства для текущей аттестации

1. Групповая дискуссия

Перечень вопросов дискуссии на тему «Электронная торговая площадка»

1. Что такое электронная торговая площадка?
2. Виды электронных торговых площадок
3. Федеральные торговые площадки электронных торгов
4. Коммерческие торговые площадки электронных торгов
5. Ассоциация электронных торговых площадок
6. Основные площадки электронных торгов
7. Функции электронных площадок
8. Преимущества работы на электронных площадках

Критерии оценки оценочного средства – групповая дискуссия

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся в случае, когда:
 - высказывание соответствует заданной теме, характеризуется высокой информативностью и оригинальностью, аргументы подкреплены убедительными примерами.
 - правильное использование разнообразных грамматических конструкций: сложноподчиненных предложений, оборотов с причастием, инфинитивом, герундием, условного наклонения, однородных членов предложения; уместное использование экспрессивного синтаксиса; единичные оговорки исправляются самим говорящим.
 - объем высказывания заметно не отличается от объема высказывания других участников дискуссии; реплики логически взаимодействуют с репликами собеседников; реакция на высказывание собеседника следует достаточно быстро; присутствует визуальный контакт с собеседниками.
- оценка «хорошо»:
 - допускается незначительное отклонение от темы дискуссии; высказывание носит отчасти тривиальный, поверхностный характер; не все аргументы подкреплены примерами.
 - отдельные грамматические ошибки носят случайный характер и не препятствуют решению общей задачи; грамматические конструкции в большинстве

случаев однообразны и просты; синтаксические экспрессивные средства практически не используются.

– объем высказывания заметно превышает объем высказывания других участников дискуссии или, наоборот, является меньшим; реплики не вполне логично согласуются с высказываем предыдущего собеседника; реакция на высказывание собеседника следует после короткой заминки; попытки установить визуальный контакт с собеседниками носят эпизодический характер.

➤ оценка *«удовлетворительно»*:

– высказывание характеризуется низкой информативностью, стереотипностью, не отражает полного понимания темы дискуссии; аргументы сформулированы абстрактно; примеры отсутствуют.

– грамматические ошибки носят систематический; превалируют простые неосложненные предложения; синтаксические экспрессивные средства не используются.

– общее время говорения – более 4 минут или менее 1 минуты; не прослеживается логическая связь с репликой предыдущего собеседника; реакция на высказывание собеседника следует после длительной паузы или, напротив, допускается неуместное перебивание речи других участников дискуссии; визуальный контакт с собеседниками отсутствует.

➤ оценка *«неудовлетворительно»*:

– высказывание не соответствует заданной теме, отсутствуют аргументы в пользу какой-либо точки зрения.

– большое количество грубых грамматических ошибок не позволяет решить поставленную задачу.

– объем высказывания не превышает 3 предложений; отсутствует взаимодействие с другими участниками дискуссии.

2. Вопросы для устного опроса

№ п/п	Наименование раздела (модуля) дисциплины	Вопросы для устного опроса
1.	<p align="center">Раздел 1</p> <p>Экономические предпосылки развития и технологические основы электронного бизнеса.</p>	<p>Дайте определение электронного бизнеса.</p> <p>В чем отличие электронного бизнеса и электронной коммерции?</p> <p>Перечислите и дайте краткую характеристику каждому виду электронного бизнеса?</p> <p>За счет чего формируется прибыль в каждом из видов электронного бизнеса?</p> <p>В чем заключаются особенности формирования прибыли в каждой из моделей электронного бизнеса?</p>

№ п/п	Наименование раздела (модуля) дисциплины	Вопросы для устного опроса
		<p>Какую модель электронного бизнеса реализуют поисковые системы? Есть ли явные преимущества у какой-либо модели электронного бизнеса Какие виды ЭБ на ваш взгляд наиболее перспективны? В чем вы видите преимущества ЭБ? В чем сущность стандартов классификации товаров и услуг, нужны ли они? Какие мобильные средства ведения электронного бизнеса вы знаете? Перечислите и дайте краткую характеристику видам доступа к Интернет. Назовите службы Интернет Текст, имеющий активные элементы, например, слова или фразы, служащие исходными точками ссылок на другие части этого документа/другого документа, это? Язык разметки гипертекста, использующийся для создания Web-страниц в сети Интернет, в которых объединены гипертекстовые ссылки, текст, графика, звук и видео? TCP/IP – это? HTTP – это? SSL – это? Служба, осуществляющая преобразование доменного имени в числовой IP-адрес, это -? Специальная программа для просмотра Web - страниц – это? Назовите программные средства для разработки сайтов.</p>
2.	<p>Раздел 2 Электронная коммерция (ЭК). Интернет-банкинг и платежные системы в Интернет</p>	<p>Дайте определение электронной коммерции Назовите вид электронной коммерции между предприятиями, основной особенностью которого является автоматическое взаимодействие в электронном виде систем управления предприятием. Назовите вид электронной коммерции между предприятиями, основной особенностью которого является автоматическое взаимодействие в электронном виде систем управления предприятием. В чем отличия Web-витрины, электронного магазина и торговой информационной системы? Каким должен быть идеальный электронный магазин? Как можно классифицировать электронные торговые площадки? Как разместить объявление о продаже или покупке на электронной торговые площадке? Как объявить свой аукцион? Как сделать заявку на участие в аукционе на электронной торговые площадке? Как осуществляется подведение итогов аукциона, определение победителей? Что такое Интернет-банкинг?</p>

№ п/п	Наименование раздела (модуля) дисциплины	Вопросы для устного опроса
		<p>Какие преимущества получает банк внедряя системы дистанционного банковского обслуживания? Какие преимущества получает клиент используя системы дистанционного банковского обслуживания? Какие ведущие банки имеют системы дистанционного банковского обслуживания? Как можно классифицировать платежные системы? Как осуществляется платеж с помощью кредитных схем? Как осуществляется платеж с помощью дебетовых схем? Как осуществляется платеж с помощью электронной наличности? Какие платежные системы вы знаете? Опишите технологию работы с платежной системой Webmoney?</p>
3.	<p align="center">Раздел 3 Интернет-трейдинг. Интернет-маркетинг</p>	<p>Что собой представляет Интернет-трейдинг? Чем торгуют на фондовом рынке? Как можно заработать на фондовом рынке? Дайте краткую характеристику торговой площадки ММВБ. Дайте краткую характеристику Интернет-бирже Forexite. Какую роль играет Web-сайт в маркетинге? Назовите электронные средства продвижения сайта? Назовите показатели измерения эффективности продвижения сайта в сети Интернет. Назовите основные стратегии и правила баннерной рекламы в Интернет? Какие средства привлечения посетителей на сайт вы знаете? В чем сущность индивидуального маркетинга в Интернет? В чем сущность прямого маркетинга в Интернет. Как используется спам в целях маркетинга? Какие виды рекламы в Интернет вы знаете? Назовите показатели, с помощью которых оценивается эффективность рекламы в Интернет. Какую роль играют независимые агентства по определению рейтинга сайта?</p>
4.	<p align="center">Раздел 4 Электронный бизнес как расширение сферы предпринимательской деятельности. Проблемы, возникающие при переходе к электронному бизнесу. Безопасность Электронного бизнеса</p>	<p>Назовите основные аспекты планирования разработки и реализация онлайн-бизнеса. Как оценить жизнеспособность конкретного проекта электронного бизнеса? Какие виды бизнеса целесообразно переносить в Интернет? Как строится матрица стоимости Интернет-бизнеса? Приведите примеры матриц стоимости Интернет-компаний. Нужно ли обеспечивать взаимодействие электронного бизнеса с другими бизнес-процессами компании и почему? Что нужно учесть при разработке бизнес-плана электронного бизнеса? Какие юридические проблемы могут возникнуть при переходе к электронному бизнесу? Как решать возникшие юридические проблемы? Юрисдикции какой страны подчиняется Интернет-сайт?</p>

№ п/п	Наименование раздела (модуля) дисциплины	Вопросы для устного опроса
		<p>Как решаются вопросы налогообложения в Интернет бизнесе?</p> <p>Как предотвратить проблемы, связанные с доменным именем?</p> <p>Какие кризисные ситуации могут возникнуть при ведении электронного бизнеса?</p> <p>Как защитить авторские права и интеллектуальную собственность в Интернет?</p> <p>Какие угрозы могут возникнуть при ведении электронного бизнеса?</p> <p>Какие методы и средства существуют для защиты электронного бизнеса?</p> <p>Какие функции выполняет Брандмауэр?</p> <p>Какие функции выполняет прокси-сервер?</p> <p>Какие функции выполняет браузер?</p> <p>Приведите примеры наиболее популярных браузеров.</p> <p>Укажите последовательность выполнения процедур для получения и проверки ЭЦП?</p> <p>Наука и технология шифрования важной информации для защиты ее от изменений и неавторизованного доступа, это?</p> <p>Какие алгоритмы шифрования используются для создания цифровых подписей, подтверждающих подлинность передаваемых документов и сообщений?</p> <p>При каких условиях ЭЦП равнозначна собственноручной подписи?</p>

Критерии оценки оценочного средства – устный опрос:

- оценка *«отлично»* выставляется обучающемуся в случае, когда:
 - ответы на поставленные преподавателем вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений;
 - полностью раскрываются причинно-следственные связи изученного материала;
 - делаются обоснованные выводы;
 - демонстрируются глубокие знания базового учебного материала;
- оценка *«хорошо»*:
 - ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно;
 - учебный материал излагается уверенно, но не в полном объеме раскрываются причинно-следственные связи;
 - демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;
- оценка *«удовлетворительно»*:

- допускаются нарушения в ответах на вопросы преподавателя;
- не полностью раскрываются причинно-следственные связи;
- демонстрируются поверхностные знания пройденного материала;
- обучающийся испытывает затруднения с выводами;
- оценка «неудовлетворительно»:
 - отвечает непоследовательно и сбивчиво;
 - при изложении пройденного материала нет логической систематизации и не раскрываются причинно-следственные связи;
 - не может сделать выводы по пройденному материалу.

3. Темы для контрольных работ по вариантам

Контрольная работа по дисциплине «Интернет-технология ведения бизнеса» является комплексной самостоятельной работой обучающегося, в рамках которой он должен показать знание материала и умение использовать научные методы.

Обучающийся до начала установочной сессии выбирает из приведенного списка задание, и, выполнив его, отправляет его на проверку в ДВИК. Если номер варианта 5, то необходимо выбрать тему – 5, 15, 25.

Темы контрольной работы

1. Экономические предпосылки развития электронного бизнеса.
 2. Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса.
- Причины перехода в киберпространство
3. Виды электронного бизнеса и их краткая характеристика.
 4. Модели электронного бизнеса: модель Интернет бизнеса, модель расширения существующего бизнеса в Интернет, информационная модель.
 5. Стандарты электронного бизнеса. Стандарты классификации товаров и услуг. Стандарты UN/EDIFACT и технология XML.
 6. Мобильные средства ведения электронного бизнеса.
 7. Виды доступа к Интернет. Адресация в IP сетях. Доменное имя.
- Протоколы.
8. Обзор популярных Браузеров. Службы Интернет.
 9. Составные элементы Web- сайта. Определение целей и задач сайта. Определение структуры сайта. Навигация по сайту. Основные правила и рекомендации по созданию сайта.
 10. Содержание (контент) сайта. Обратная связь. Часто задаваемые вопросы. Общие правила дизайна. Обновление сайта.
 11. Обзор программных средств и стандартов для разработки Web-сайта.

12. Виды (модели) электронной коммерции. Развитие электронной коммерции в мире и России, Иркутской области.

13. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C). Структура B2C-компании.

14. Электронные магазины. Виды электронных магазинов. Витрина. Магазин. Торговая информационная система.

15. Программные средства для создания электронных магазинов. Краткий обзор программных продуктов для создания Интернет-магазина.

16. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Структура B2B-компании.

17. Корпоративная торговая площадка. Реализация ЭК B2B в корпоративных информационных системах.

18. Электронные торговые площадки. Технологии работы на электронных биржах и торговых площадках.

19. Интернет-банкинг. Системы дистанционного банковского обслуживания.

20. Требования к электронным системам оплаты. Применение электронных систем оплаты в бизнесе. Виды систем оплаты в Интернет. Использование кредитных карточек. Смарт-карты. Электронная наличность.

21. Российские платежные системы. PayCash, Webmoney, CyberPlat и др. Сравнение технологий оплаты и уровня их безопасности.

22. Понятие электронного фондового рынка, Интернет-трейдинга. Технология работы на электронных фондовых рынках.

23. Обзор систем электронных биржевых торгов.

24. Интернет-биржа Forexite: заключение сделок, просмотр открытой позиции, прибыли или убытка, добавление депозита и снятие полученной прибыли, использование тренажера для начинающих трейдеров

25. Разрешение кризисных ситуаций. Теневой сайт. Антиреклама. Электронное бюро претензий.

26. Юридические проблемы при переходе к электронному бизнесу. Причины юридических споров в Интернет. Юрисдикция в Интернет. Борьба за доменное имя.

27. Авторские права и интеллектуальная собственность в Интернет.

28. Угрозы безопасности. Классификация угроз.

29. Методы борьбы. Создание стратегии безопасности. Средства криптографии.

30. Технические и юридические основы применения электронно-цифровой подписи (ЭЦП).

Критерии оценки контрольной работы

- Оценка *«отлично»* ставится в том в случае, когда:
 - задание выполнено правильно и в полном объеме;
 - оформление аккуратное;
 при защите обучающийся:
 - полностью раскрывает содержание задания;
 - демонстрирует свободное владение теоретическим материалом;
 - излагает материал грамотным языком, точно используя терминологию;
 - показывает умение иллюстрировать теорию конкретными примерами;
 - демонстрирует знание ранее изученных тем;
 - самостоятельно и последовательно, без наводящих вопросов преподавателя, излагает правила расчета и выполнения (если таковые имеются);
 - на вопросы дает точные и обоснованные ответы.
- оценка *«хорошо»*:
 - задание выполнено правильно и в полном объеме;
 - оформление аккуратное, с незначительными ошибками;
 при защите обучающийся:
 - раскрывает содержание задания, допуская неточности, не искажающие содержания работы;
 - демонстрирует свободное владение теоретическим материалом;
 - излагает материал грамотным языком, точно используя терминологию;
 - последовательно излагает правила расчета и построения (если таковые имеются);
 - допускает неточности при освещении основного содержания ответа, но исправляет их, без наводящих вопросов преподавателя;
 - на вопросы дает точные и обоснованные ответы с небольшими поправками преподавателя.
- оценка *«удовлетворительно»*:
 - задание выполнено не полном объеме;
 - оформление небрежное;
 при защите обучающийся показывает:
 - общее понимание заданной темы, но неполно и непоследовательно (фрагментарно) раскрывает содержание материала;

- с ошибками в терминологии излагает правила расчета и построения задания (если таковые имеются);
 - допускает неточности при освещении основного содержания, но исправляет их с помощью наводящих вопросов преподавателя;
 - при недостаточном знании теоретического материала с обучающимся демонстрирует сформированность практических навыков и умений.
 - оценка *«неудовлетворительно»*:
 - задание выполнено неправильно;
 - задание выполнено в не полном объеме;
 - оформление небрежное;
- при защите обучающийся:
- не раскрывает основное содержание заданной темы;
 - демонстрирует полное незнание теоретического материала;
 - допускает грубые ошибки в определениях и терминах;
 - допускает грубые ошибки при ответах на поставленные вопросы или вообще не отвечает на них.

Глоссарий в сжатой и доступной форме дает представление об основных наиболее употребляемых по дисциплине «Интернет-технология ведения бизнеса» терминах. Классики мировой науки утверждали, что искусство мыслить – это умение оперировать понятиями и категориями, устанавливая между ними взаимосвязи и взаимозависимости, для формирования правильной оценки явлений и процессов. В этой связи, приведено краткое и доступное толкование основных, наиболее часто встречающихся понятий при изучении дисциплины «Интернет-технология ведения бизнеса».

* * *

Глоссарий основных терминов

Электронный бизнес (e-business) – повышение эффективности бизнеса, основанное на использовании информационных технологий, для того чтобы обеспечить взаимодействие деловых партнеров и создать интегрированную цепочку добавленной стоимости.

Понятие «электронный бизнес» шире понятия «электронная коммерция», касающегося только коммерческой деятельности. Понятие «электронный бизнес» охватывает всю систему взаимоотношений с партнерами и заказчиками.

Электронная коммерция (e-commerce): маркетинг, подача предложений, продажа, сдача в аренду, предоставление лицензий, поставка товаров, услуг или информации с использованием компьютерных сетей или Интернета.

Понятие «электронная коммерция» шире понятия «интернет-коммерция», поскольку в него входят все виды электронной коммерческой деятельности.

Интернет-коммерция, торговля в интернет: коммерческая деятельность в Интернете, когда процесс покупки/продажи товаров или услуг (весь цикл коммерческой /финансовой транзакции или ее часть) осуществляется электронным образом с применением Интернет-технологий.

M-commerce (Mobile commerce) – коммерция с использованием услуг мобильной связи.

T-commerce (Television commerce) – коммерция с использованием интерактивного цифрового телевидения (Interactive digital television- iDTV).

v-commerce (voice commerce) – голосовая коммерция. Это автоматизированные транзакции в Интернете, совершающиеся через голосовые порталы при помощи компьютера или телефона посредством голосовых команд. Люди набирают номер своего голосового портала и, используя голосовые команды или клавиатуру телефона, получают информацию или завершают транзакции. Голосовые порталы могут, например, обслуживать брокерские системы и управлять домашними приборами через Интернет.

u-commerce- (universal commerce) – универсальная коммерция, возможности осуществлять коммерческие действия с любого устройства, в любое время и из любой точки.

d-commerce (dynamical commerce) – динамическая коммерция, это динамическое ценообразование, которое позволяет продавцам достигнуть наивысшей прозрачности операций и проводить электронные транзакции на наиболее выгодных условиях.

Выделяют два основных класса систем для электронной коммерции:

Business-to-Business (B2B) – Бизнес-Бизнес – Взаимодействие одного бизнеса с другим (организация поставок, обмен документацией, заказы, финансовые потоки, координации действий, совместные мероприятия). Решения для корпоративной электронной коммерции;

Business-to-Customer (B2C) – Бизнес-Потребитель – Взаимодействие продавца и покупателя (приобретение клиентом товаров, услуги, получение консультаций, приобретение страховых и пр.)

Выделяют также и другие категории:

Business-to-Government (B2G) – Бизнес-Правительство.

Специальный вид торговли по заказам правительственных организаций.

Government-to-Citizens (G2C) – Правительство-Граждане.

Обеспечение свободного доступа граждан ко всей необходимой государственной информации.

Government-to-Government (G2G) – Правительство – Правительство. Сфера отношений государственных органов между собой.

Customer-to-Customer (C2C) – Потребитель-Потребитель.

Продажа товаров, непосредственно от одного человека (пользователя) другому (например, аукцион).

Consumer-to-Business (C2B)-Потребитель-Компания

Примером модели электронной коммерции C2B служит компания Priceline, где потребитель указывает цену, за которую он хочет купить товар, например, авиабилеты, или услугу, например, забронировать номер в отеле.

Business-to-Partners (B2P) или Business-to-aLLiance (B2L) – Бизнес-Партнеры

Взаимодействие с филиалами и партнерами, совместные предприятия и общение с поставщиками услуг.

Business-to-Employee (B2E) – Бизнес-Сотрудник. Использование информационных технологий в сфере взаимоотношений с персоналом.

Business-to-Business-to-Customer (B2B2c) – Бизнес-Бизнес-Потребитель. Интеграции систем класса B2B и B2C в единой платформе.

Exchange-to-Exchange (E2E) - Биржа-Биржа. В рамках данной модели продавцы и покупатели выполняют транзакции не только в масштабе конкретной электронной биржи, но и между различными электронными биржами.

Портал – это сайт, организованный как системное многоуровневое объединение разных ресурсов и сервисов. Порталы принято разделять на:

Горизонтальные (или Мегапорталы) или порталы общего типа. Сайт совмещает в себе разнообразные функции, предлагает разноплановый контент и различные сервисы. Они обращаются к сообществу Сети, а не отдельным группам пользователей.

Вертикальные (или ворталы). Сайт посвящен конкретной теме и представляет различные сервисы в ее рамках. Например, медицинские порталы, порталы для женщин и т.п.

Корпоративные. Отраслевые. (или B2B-порталы) Сайт является вертикальным порталом, представляющим весь спектр деятельности компании/группы компаний/отрасли. Обычно это электронные торговые площадки-B2B порталы, которые разрабатываются для ведения бизнеса в Сети.

Защищенные корпоративные информационные порталы. Портал обеспечивает универсальную интеграцию корпоративных приложений, прозрачный, удобный доступ к различным корпоративным информационным ресурсам. Огромное значение для такого портала приобретают вопросы обеспечения защиты передачи информации. Разрабатываются для решения как внутрикорпоративных задач (B2E: business-to-employee), так и для коммуникации с внешним миром – с покупателями, поставщиками, партнерами (B2C и B2B).

Startup – начинающая «с нуля» инновационная компания.

Dotcom – компания, чья деятельность полностью протекает в Интернете.

AIP-(Application Infrastructure Provider) – Провайдеры Прикладной Инфраструктуры. Такие компании предоставляют отдельные услуги, прежде всего, услуги управления системами и сетями (system management и network management). Сюда же относятся Провайдеры биллинговых систем.

Business Intelligence – аналитические системы

BISP – Система поддержки принятия решений

BPR (Business Process Reengineering) – прояснение смысла бизнес-процессов и их оптимизация.

Case-study – обучение на реальных бизнес-примерах.

CEM (Contract Equipment Manufacturer) – контрактный производитель, производящий изделие с торговой маркой заказчика, т.е. OEM.

CIO (Chief Information Officer) – Под CIO понимаются менеджеры высшего звена, отвечающие за стратегию компании в области информационных технологий и электронного бизнеса. Наиболее часто встречаемые варианты перевода - "Директор по информационным технологиям", "Директор информационной службы", "ИТ-директор".

CRM (Customer Relationships Management) – система управления взаимоотношениями с клиентами. Приложения для автоматизации, оптимизации и повышения эффективности процессов взаимодействия с клиентами (продажи, маркетинг, обслуживание). Это информация о клиентах, их поведении при совершении покупок, обслуживании и доставке. Цель CRM - предоставить клиенту реальное индивидуальное обслуживание.

CSRP- система (Customer Synchronized Resource Planning System)– система включает управление предприятием (ERP-систему), а также и взаимодействие с клиентами: оформление заказов, техзадание, поддержку заказчиков на местах и пр.- управленческая концепция планирования ресурсов предприятия, ориентированная на потребителя

DAM-системы (Digital Asset Management) – системы управления цифровыми архивами.

Data Mining – анализ данных, средства исследования хранилищ данных, информационная проходка (раскопка, вскрытие, разработка, и т.п.)

Data Warehousing – хранение данных

Disintermediation – процесс уменьшения числа посредников и их роли в цепочке от производителя до потребителя товаров/услуг.

DSS (Decision Support Systems) – система, которая осуществляет сбор, обработку и представление информации, помогая в принятии правильных управленческих решений

EAS (Enterprise Application Suite) – интегрированная система управления предприятием. Корпоративная информационная система.

EAI (Enterprise Application Integration) – интеграция приложений предприятия Это организация взаимодействия между разнообразными приложениями предприятия в рамках общей информационной системы

EDI (Electronic Data Interchange) – электронный обмен данными

EIP (Enterprise Information Portal) – Корпоративный Информационный Портал (КИП)

ЕРМ-система (Enterprise Performance Management) – система, позволяющая измерять эффективность деятельности предприятия. Каждый модуль отражает различные параметры работы компании, приводит их к общему знаменателю и наглядно представляет общую картину в виде графического изображения.

eProcurement (electronicProcurement) – электронные системы снабжения.

ERP- система (Enterprise Resource Planning System) – система планирования ресурсов предприятия. Набор интегрированных приложений, позволяющих создать единую среду для автоматизации учета, контроля, анализа и планирования всех основных бизнес-операций корпорации. Система управления предприятием.

Hosting (Хостинг) – размещение и поддержание интернет-сайта и необходимых приложений на сервере. Сдача в аренду аппаратно-программного обеспечения.

HR (Human Resource) – человеческие ресурсы

IAC – провайдеры (Internet Application Collaboration) – провайдеры приложений совместной работы.

IPO (Initial Public Offering) – первоначальное открытое размещение акций на фондовом рынке.

ISP (Internet Service Provider) – Провайдеры Услуг Internet-Доступа

KDD (Knowledge Discovery in Databases) – обнаружение знаний в базах данных, статистические алгоритмы выявления знаний.

KM (Knowledge Management) – системы управления знаниями.

Link popularity (или "Индекс цитирования") – число ссылок на ваш сайт с других ресурсов Сети.

LMS(Learning Management System)– система управления образованием(учебным процессом)

LAN (Local Area Network) – локальная сеть

MAN (Metropolitan Area Network) – городская сеть.

MES (Manufacturing Execution System) – система управления производством. В отличие от системы ERP, которая отвечает на вопрос "когда и какая продукция должна быть произведена", MES отвечает на вопрос "как будет произведена продукция".

Multichannel-company – компания, использующая несколько каналов продаж: розничные магазины, каталоги, Интернет и т.д.

MRO (Maintenance, Repair, Operation) – Обслуживание, Ремонт, Эксплуатация.

NASDAQ (National Association of Securities Dealers Automated Quotation) – американская электронная биржа для торговли акциями высокотехнологичных компаний. Nasdaq была создана в 1971 году с более мягкими, по сравнению с классическими фондовыми биржами (NYSE, ...), условиями прохождения листинга (свод правил и условий, которые необходимо выполнять компании, для того чтобы её акции были допущены к торгам в системе/на бирже). В силу более либеральных правил прохождения листинга, практически все новые компании,

желающие провести публичное размещение своих акций, делают это в рамках торговой системы Nasdaq. А поскольку большинство новичков последнего времени относились к высокотехнологичному сектору, эта торговая система и одноименный индекс NASDAQ, рассчитываемый по результатам торгов, стали ассоциироваться с состоянием дел в интернет-экономике. Index Nasdaq-100 – это базовый индекс биржевой активности, вычисляемый по результатам торгов акций 100 компаний, котирующихся на NASDAQ и обладающих самой высокой капитализацией.

На парижской бирже в 1996 году для торговли акциями высокотехнологических компаний был создан аналог биржи NASDAQ - Новый Рынок.

NSP (Network Service Provider) – Провайдеры Сетевых Услуг. Они предоставляют основные коммуникации (физическую связь, маршрутизацию, управление графиком), центры данных и IP-ресурсы (виртуальные частные сети, межсетевые экраны, кэширование).

OBI (The Open Buying on the Internet-открытые Интернет-закупки) – Стандарт для B2B, в котором декларируются принципы, которым должно соответствовать программное обеспечение для e-commerce, поддерживающее открытые Интернет-стандарты.

ODM (Original Design Manufacturer) – разработчик изделия и/или дизайна

OEM (Original Equipment Manufacturer) – производитель изделия, имеющий торговую марку или брэнд. Лицензия на программное обеспечение для продажи вместе с новым компьютерным оборудованием.

OLAP (Online Analytical Processing) – Аналитическая онлайн обработка.

PRM (Partners Relationships Management) – система управления взаимоотношениями с партнерами.

SCM (Supply Chain Management) – система управления цепочками поставок. Процесс оптимизации системы взаимодействия с поставщиками, дистрибьюторами и конечными потребителями в рамках цепочки поставок компании, обеспечивающей доставку товаров в нужное место точно в срок и с минимальными издержками.

SMB (small and medium business) - рынок – малый и средний бизнес. По оценкам IBM в мире более 100 миллионов малых компаний (от 1 до 99 сотрудников) и приблизительно 375 тысяч компаний среднего размера (от 100 до 1000 сотрудников).

SRM (Supply Relationship Management) – система управления взаимоотношениями с поставщиками. Это информация о поставщиках, их производительности и каналах доставки.

Spot-рынок – рынок немедленной поставки и платежа.

Teleworking – дистанционная работа.

Telecomputing – это организованный виртуальный офис, в котором строго соблюдаются основные принципы всякого бизнеса для служащих, включая менеджмент, учет, отчетность даже меры безопасности трудящихся.

Usability – методика построения web-страниц

VA (Value Adding) – добавленная стоимость

VPN (Virtual Private Network) – виртуальная частная сеть. Распределенная корпоративная сеть.

PAN (Personal Area Network) – персональная сеть.

R&D (Research And Development) – научно-технические разработки

WAP (Wireless Application Protocol) – стандарт взаимодействия мобильных телефонов и других беспроводных устройств с сетями Интернет/Интранет для получения информации и услуг.

WCMS (Web-content Management Systems) – системы управления Web-контентом

WLAN (Wireless Local Area Network) – беспроводная локальная сеть

PWLAN (Personal Wireless Local Area Network) – беспроводная персональная локальная сеть.

WMAN (Wireless Metropolitan Area Network) – беспроводная городская сеть.

BWA (Broadband Wireless Access) – широкополосный беспроводной доступ.

Workflow managing – управление потоками работ, управление деловыми процессами.

Андерайтер – финансовый институт, выкупающий акции у эмитента при первичном размещении, для дальнейшей перепродажи их через аукцион.

Аутсорсинг (outsourcing) – использование внешних ресурсов, передача сторонней организации определенных задач, бизнес-функций или бизнес-процессов, обычно не являющихся частью основной деятельности компании, но, тем не менее, необходимых для полноценного функционирования бизнеса

Интернет-инкубатор – компания, которая выращивает интернет-проекты.

Брандмауэр (Firewall) – комплекс технических и программных средств для фильтрации входящего/исходящего трафика.

Локализация ПО – Сделать программный продукт удобным для пользователей того или иного культурно-географического пространства (перевод текста, доведение до соответствия требований законодательства в регионе, перевод расчетов из одной валюты в другую и пр.)

Метаданные – описание данных

Оферта – товарное предложение.

Реинжиниринг – перепроектирование. Определение, данное авторами данной концепции М. Хаммером и Дж. Чампи в 1993 г., реинжиниринг бизнес-процессов – это «...фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование деловых процессов с тем, чтобы достигнуть впечатляющего улучшения в таких критических для современного бизнеса категориях, как затраты, качество, услуги и скорость. ...Реинжиниринг стремится выйти из старых правил, по которым мы организуем и ведем бизнес...». Семь ключевых постулатов лежат в основе концепции реинжиниринга бизнес-процессов:

- работай над результатами, а не над задачами;
- имей у себя тех, кто использует результаты для выполнения процессов;
- включи обработку информации в категорию реальной работы, которая производит информацию;
- обрабатывай территориально разбросанные ресурсы, как если бы они были централизованы;
- свяжи вместе параллельные работы вместо того, чтобы интегрировать их результаты;
- включи точку принятия решения в место выполнения работы истрой контроль в процесс;
- регистрируй информацию единожды в точке ее источника.

Технология one-click – Система быстрого подтверждения и оплаты заказа у магазина Amazon. Покупатель оставляет на сайте свои данные один раз и не повторяет процедуру каждый раз при совершении покупки.

Шлюз (Gateway) – Стыковочный модуль.