

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сыров Игорь Анатольевич
Должность: Директор
Дата подписания: 22.08.2025 10:52:14
Уникальный программный ключ:
b683afe664d7e9f64175886cf9626a198149ad36

СТЕРЛИТАМАКСКИЙ ФИЛИАЛ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»

Факультет Математики и информационных технологий
Кафедра Прикладной информатики и программирования

Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

дисциплина *Электронный бизнес*

Блок Б1, базовая часть, Б1.Б.31

цикл дисциплины и его часть (базовая, вариативная, дисциплина по выбору)

Направление

10.03.01

Информационная безопасность

код

наименование направления

Программа

Безопасность компьютерных систем (по отрасли или в сфере профессиональной деятельности)

Форма обучения

Очная

Для поступивших на обучение в
2020 г.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

1.1. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший программу высшего образования, в рамках изучаемой дисциплины, должен обладать компетенциями, соответствующими видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа:

Способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-8)

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

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Этапы формирования компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
Способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-8)	1 этап: Знания	Обучающийся должен знать: методы решения стандартных задач профессиональной деятельности; современные информационно-коммуникационные технологии; программные средства обработки деловой информации; информационное обеспечение процессов решения задач профессиональной деятельности; требования информационной безопасности.
	2 этап: Умения	Обучающийся должен уметь: обрабатывать информацию на основе информационной и библиографической культуры; работать с информацией в глобальных компьютерных сетях; применять программные средства обработки деловой информации; использовать информационное обеспечение процессов решения задач профессиональной деятельности; комплексно использовать возможности обеспечения информационной безопасности.
	3 этап: Владения (навыки / опыт деятельности)	Обучающийся должен владеть: методами обработки информации на основе информационной и библиографической культуры; способами работы с информацией в глобальных компьютерных сетях; опытом работы с программными

		<p>средствами обработки деловой информации; навыками информационного обеспечения процессов решения задач профессиональной деятельности; средствами обеспечения информационной безопасности.</p>
--	--	---

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Электронный бизнес» относится к дисциплинам базового курса. Читается в 6 семестре (очная форма).

Дисциплина «Электронный бизнес» базируется на знаниях, сформированных в результате изучения дисциплин: «Информатика», «Цифровая экономика».

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 2 зач. ед., 72 акад. ч.

Объем дисциплины	Всего часов
	Очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	16
практических (семинарских)	
лабораторных	16
другие формы контактной работы (ФКР)	0,2
Учебных часов на контроль (включая часы подготовки):	
зачет	
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	39,8

Формы контроля	Семестры
зачет	6

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ п/п	Наименование раздела / темы дисциплины	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и
-------	--	--

		трудоёмкость (в часах)			
		Контактная работа с преподавателем			СР
		Лек	Пр/Сем	Лаб	
1	Введение в электронный бизнес	2	0	2	7
1.1	Введение в электронный бизнес	1	0	2	3
1.2	Инфраструктура электронного бизнеса	1	0	0	4
2	Стратегия и практика электронного бизнеса.	10	0	8	20
2.1	Стратегия электронного бизнеса	2	0	4	4
2.2	Управление цепями поставок	2	0	0	4
2.3	Электронное снабжение.	2	0	2	4
2.4	Электронный маркетинг	2	0	2	4
2.5	Управление отношениями с клиентами	2	0	0	4
3	Внедрение	4	0	6	12,8
3.1	Анализ и проектирование	2	0	4	6,8
3.2	Внедрение и оптимизация сервисов электронного бизнеса	2	0	2	6
	Итого	16	0	16	39,8

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Курс лекционных занятий

№	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
1	Введение в электронный бизнес	
1.1	Введение в электронный бизнес	Введение в электронный бизнес. Влияние электронных коммуникаций на традиционный бизнес. Сравнение понятий «электронный бизнес», «электронная коммерция», «электронное предприятие». Возможности электронного бизнеса. Риски и барьеры при адаптации электронного бизнеса. Создание и развитие электронных предприятий и их компонентов. Электронные предприятия в сегментах B2B, B2C, C2C. Среда электронной коммерции. Бизнес-модели электронной коммерции.
1.2	Инфраструктура электронного бизнеса	Компоненты инфраструктуры электронного бизнеса. Телекоммуникационная платформа предприятия. Хостинг: виртуальный, колокация, выделенный сервер. Зоны: интернет-зона, демилитаризованная зона, зона локальной сети предприятия. Программная платформа предприятия. Аренда

		<p>места. Создание собственного программного обеспечения. Разработка программной платформы на заказ. Покупка комплексного решения. Аренда комплексного решения.</p> <p>Контент-модель электронного предприятия.</p> <p>Контент-менеджмент: создание контента, рубрицирование контента, формализация бизнес-процессов, использование контента, персонализация и кастомизация, контент-инжиниринг.</p> <p>Управление инфраструктурой электронного бизнеса. Отношения с провайдерами.</p> <p>Управление инфраструктурой приложений.</p> <p>Электронный обмен данными. Роль ИТ-директора (CIO).</p>
2	Стратегия и практика электронного бизнеса.	
2.1	Стратегия электронного бизнеса	<p>Взаимосвязь корпоративной стратегии и стратегии электронного бизнеса. Взаимосвязь между стратегией электронного бизнеса и функциональными стратегиями.</p> <p>Стратегии электронных каналов продаж. Многоканальная стратегия.</p> <p>Модели стратегического процесса электронного бизнеса: параллельная, последовательная, смешанные. Стратегический анализ среды электронного бизнеса. Стратегическое целеполагание электронного бизнеса: видение, миссия, цели.</p> <p>Определение стратегии электронного бизнеса: формулирование, критический анализ, выбор. Осуществление стратегии электронного бизнеса: планирование, исполнение, контроль. Факторы успешного внедрения стратегии электронного бизнеса.</p>
2.2	Управление цепями поставок	<p>Supply Chain Management, SCM – система управления цепями поставок. Понятие цепочки ценности. Анализ цепочки ценности. Взаимосвязь цепочки ценности и цепи поставок.</p> <p>Понятие цепи поставок. Восходящие и нисходящие цепи поставок. Сеть цепей поставок. Эффективная реакция заказчика.</p> <p>Простая модель цепи поставок.</p> <p>Входящая и исходящая логистика. Модели «толчка» и «тяги».</p> <p>Использование электронного бизнеса для реструктуризации цепи поставок.</p> <p>Внедрение автоматизированных систем управления цепями поставок.</p>

2.3	Электронное снабжение.	<p>Electronic procurement system – система электронного снабжения. Участники электронного снабжения: системы электронных каталогов и агрегаторов данных, системы поиска встречных заявок, системы электронного проведения тендеров, электронные аукционы.</p> <p>8</p> <p>Движущие силы электронного снабжения. Преимущества электронного снабжения. Сложности при адаптации систем электронного снабжения. Оценка затрат на электронное снабжение. Внедрение электронного снабжения. Интеграция системы компании с системами поставщиков. Электронное снабжение на рынке B2B. Электронное снабжение на рынке правительственных закупок. Единая информационная система в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд РФ.</p>
2.4	Электронный маркетинг	<p>E-marketing – система электронного маркетинга. Операционные процессы электронного маркетинга: привлечение клиентов, конверсия, сохранение, рост клиентской базы. Управленческие процессы: планирование электронного маркетинга, ситуационный анализ, постановка целей, разработка стратегии позиционирования. Характеристики коммуникаций в цифровых медиа. Модель «6-I» электронного маркетинга. Тактика применения Интернета для построения составляющих маркетинга. Маркетинговые коммуникации онлайн: маркетинговые механизмы поиска, онлайн-PR, онлайн-партнерства, интерактивная реклама, e-mail маркетинг, маркетинг в социальных медиа. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций. Маркетинговые исследования и мониторинг в сети интернет</p>
2.5	Управление отношениями с клиентами	<p>Customer Relationship Management, CRM – система управления отношениями с клиентами. Жизненный цикл потребителя. Модель RACE для увеличения продаж. Процесс онлайн покупки. Управление приобретением клиентов. Стратегия CRM в социальных медиа. Управление сохранением клиентской базы. Персонализация и массовая кастомизация. Моделирование «пожизненной стоимости клиента» (lifetime value).</p>

		Улучшение качества сервиса электронной коммерции. Концепция SERVQUAL. Расширение клиентской базы. Прогрессивные технологии онлайн-сегментации и выделения целевых групп. Технологические решения для CRM.
3	Внедрение	
3.1	Анализ и проектирование	Анализ требований к электронному бизнесу. Моделирование процессов: картирование процессов, анализ и декомпозиция задач, управление рабочими потоками. Моделирование данных. Проектирование системы электронного бизнеса. Проектирование архитектуры электронного бизнеса. Модель «клиент-сервер». Дизайн сайта, ориентированный на пользователя: анализ вариантов использования, проектирование информационной архитектуры, элементы дизайна сайта, вебдоступ. Разработка системы безопасности электронного бизнеса. Подходы к разработке безопасных систем. Управление компьютерными вирусами. Контроль за использованием информационных систем. Мониторинг электронных коммуникаций. Управление электронной почтой. Хакерство. Безопасность транзакций электронной коммерции.
3.2	Внедрение и оптимизация сервисов электронного бизнеса	Альтернативные методологии разработки программного обеспечения: модель «водопада», создание прототипов, метод гибкой разработки. Оптимизация сервисов электронного бизнеса. Альтернативы приобретения систем электронного бизнеса. Разработка контента веб-приложений и сервисов. Тестирование. Переход от одной информационной системы к другой: планирование размещения, создание баз данных, перенос данных. Управление контентом и его поддержание. Веб-аналитика для измерения и улучшения деятельности сервисов электронного бизнеса. Принципы управления результатами деятельности и их улучшением.

Курс лабораторных занятий

№	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
1	Введение в электронный бизнес	
1.1	Введение в электронный бизнес	«Разработка и реализация стратегии электронного бизнеса на примере российской компании». Этап 1.

		Этап2.
2	Стратегия и практика электронного бизнеса.	
2.1	Стратегия электронного бизнеса	«Разработка и реализация стратегии электронного бизнеса на примере российской компании». Этап 3
2.3	Электронное снабжение.	«Разработка и реализация стратегии электронного бизнеса на примере российской компании». Этап 4
2.4	Электронный маркетинг	«Разработка и реализация стратегии электронного бизнеса на примере российской компании». Этап 5
3	Внедрение	
3.1	Анализ и проектирование	«Разработка и реализация стратегии электронного бизнеса на примере российской компании». Этап 6
3.2	Внедрение и оптимизация сервисов электронного бизнеса	«Разработка и реализация стратегии электронного бизнеса на примере российской компании». Этап 7