Документ подписан квалифицированной электронной подписью
Сертификат
Владелец: "АНО ВО ""РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"""
Действителен: с 28.05.2026 по 28.08.2027

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

КАМЕНСКИЙ ФИЛИАЛ
АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра экономики и менеджмента

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Цифровой бизнес и электронная торговля»

Код и направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль): Организация и управление бизнесом

Автор (составитель): ст. преподаватель  Караман О.В.

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании
кафедры экономики и менеджмента
«14» января 2026 года, протокол №6

Зам. директора по УМР
Черкасова Н.Н. 

Каменск-Шахтинский
2026

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу Организация и управление бизнесом в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12.08.2020 N 970 (ФГОС ВО 3++).

Цель учебной дисциплины заключается в формировании представлений о возможностях цифрового бизнеса и электронная торговли; овладении теоретическими основами электронной коммерции и практическими навыками использования ее технологий на потребительском рынке и в процессах межфирменного взаимодействия.

Задачи дисциплины:

- ознакомить с сущностью и особенностями электронной коммерции и бизнеса, а также тенденциями его развития;
- сформировать теоретические знания и практические умения ведения бизнеса с использованием современных Интернет-технологий;
- знакомство с особенностями современных концепций электронной торговли, использованию Интернет-технологий в экономике.

Учебная дисциплина способствует углублению и расширению базовой профессиональной подготовки студентов, а также учитывает их образовательные потребности.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности определенных профессиональным стандартом «Бизнес-аналитик», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 25 сентября 2018 г. N 592 н.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина Цифровой бизнес и электронная торговля относится к части учебного плана формируемой участниками образовательных отношений и изучается на 5 курсе.

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Учебная дисциплина предназначена для студентов, обучающихся по ОП направления 38.03.02 - «Менеджмент», профиль «Организация и управление бизнесом», квалификация – «бакалавр». Она изучается студентами очно-заочной формы в 8 семестре и относится к части формируемой участниками образовательных отношений дисциплин ОП, завершается экзаменом.

Учебная дисциплина содержательно и логически связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми студентами. Предшествуют освоению студентами данной дисциплины такие учебные дисциплины, как: Экономическая теория, Управление проектами, Маркетинг, История и теория менеджмента, Теория и практика принятия управленческих решений в управлении бизнесом, Стратегический менеджмент, Организация бизнес и управление изменениями, Анализ и управление ресурсами организации.

2.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Параллельно с ней изучаются такие дисциплины как: Цифровой маркетинг, Производственная практика: преддипломная практика.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся по программе бакалавриата должен овладеть:

- ***Способен выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации для управления бизнесом (ПК-6)***

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения	Код результата обучения
Способен выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации для управления бизнесом (ПК-6)	**Знать:**	
	методы и методики анализа, разработки и оценки стратегии организации с учетом выявленных рисков и мероприятий по их минимизации	ПК-6-З1
	формулировать и решать задачи профессионально-ориентированных информационных систем в электронном бизнесе с использованием различных методов и решений на основе системы управления рисками	ПК-6-З2
	методы проектирования профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	ПК-6-З3
	принципы построения, назначение, структуру, функции и основы электронного бизнеса, сущность и содержание электронной коммерции, классификацию электронных предприятий, модели электронного бизнеса	ПК-6-З4
	методы прогнозирования и определения экономической эффективности бизнес-процессов предприятия на основе системы управления рисками	ПК-6-З5
	способы управление информационными ресурсами организации для выявления, регистрации, анализа и классификации рисков в условиях конкурентной среды	ПК-6-З6
	Уметь:	
	использовать соответствующий математический аппарат и инструментальные средства для обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования	ПК-6-У1
	выбирать, собирать и анализировать исходные данные, необходимые для формирования возможных решений по управлению рисками и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации для управления бизнесом	ПК-6-У2
	описывать возможные решения, при планировании ведения бизнеса в сетевой экономике	ПК-6-У3
	прогнозировать бизнес-процессы, финансовые потоки и финансовые результаты деятельности предприятия с учетом выявленных рисков для	ПК-6-У4

	прогнозировать бизнес-процессы, финансовые потоки и финансовые результаты деятельности предприятия для разработки комплекса мероприятий по минимизации рисков с целью эффективного управления бизнесом	ПК-6-У5
	управлять ассортиментом, оценивать, контролировать и управлять качеством товаров (кулинарной продукции, сырья, материалов), дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	ПК-6-У6
	Владеть:	
	навыками выявления, сбора и анализа информации для формирования и описания возможных решений, обеспечивая коммерческую, логистическую и рекламную деятельность в области электронного бизнеса и сетевой экономики с учетом выявленных рисков для разработки комплекса мероприятий по их минимизации с целью эффективного управления бизнесом	ПК-6-В1
	навыками оценки эффективности бизнес-процессов предприятия, их риска и целесообразности	ПК-6-В2
	методиками составления прогноза основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом	ПК-6-В3
	методиками анализа и использования различных источников информации для проведения экономических расчетов с учетом выявленных рисков при осуществлении бизнеса в электронной среде	ПК-6-В4
	навыками управления ассортиментом и качеством товаров, приемки и учета товаров по количеству и качеству	ПК-6-В5
	навыками применения глобальных компьютерных сетей и корпоративных информационных систем для ведения бизнеса	ПК-6-В6

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

№	Форма обучения	Семестр	Общая трудоёмкость		В том числе контактная работа с преподавателем						Контроль	Сам. работа	Форма промежуточной аттестации
			В з.е.	В часах	всего	Лекции	Сем	КоР	Конс	Э			
1	заочная	5	6	216	28	12	12	1,6	2	0,4	6,6	181,4	экзамен
2	очно-заочная	9	6	216	40	20	16	1,6	2	0,4	33,6	142,4	экзамен

Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий

заочная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем						Контроль	Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Лекц	Сем	КоР	Конс	Э			
1	Обзор цифровых технологий и цифровая трансформация	35	4	2	2					31	ПК-6-З1, ПК-6-У1, ПК-6-В1
2	Предпринимательство в сети Интернет	34	4	2	2					30	ПК-6-З2, ПК-6-У2, ПК-6-В2
3	Методы и модели ведения бизнеса в сети Интернет	34	4	2	2					30	ПК-6-З3, ПК-6-У3, ПК-6-В3
4	Основные виды сетевого бизнеса	34	4	2	2					30	ПК-6-З4, ПК-6-У4, ПК-6-В4
5	Платежные системы электронного бизнеса	34	4	2	2					30	ПК-6-З5, ПК-6-У5, ПК-6-В5
6	Стратегия создания новой бизнес-модели на основе цифровизации	34,4	4	2	2					30,4	ПК-6-З6, ПК-6-У6, ПК-6-В6
7	Промежуточная аттестация (экзамен)		4			1,6	2	0,4			
	Итого:	216	28	12	12	1,6	2	0,4	6,6	181,4	

очно-заочная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем						Контроль	Сам. раб.	Формируемые результаты обучения
			Всего	Лекц	Сем	КоР	Конс	Э			
1	Обзор цифровых технологий и цифровая трансформация	30	6	4	2					24	ПК-6-З1, ПК-6-У1, ПК-6-В1
2	Предпринимательство в сети Интернет	28	5	3	2					23	ПК-6-З2, ПК-6-У2, ПК-6-В2
3	Методы и модели ведения бизнеса в сети Интернет	31	7	4	3					24	ПК-6-З3, ПК-6-У3, ПК-6-В3
4	Основные виды сетевого бизнеса	30	6	3	3					24	ПК-6-З4, ПК-6-У4, ПК-6-В4
5	Платежные системы электронного	30	6	3	3					24	ПК-6-З5, ПК-6-У5, ПК-6-В5

	бизнеса										
6	Стратегия создания новой бизнес-модели на основе цифровизации	29,4	6	3	3					23,4	ПК-6-З6, ПК-6-У6, ПК-6-В6
7	Промежуточная аттестация (экзамен)										
	Итого:	216	40	20	16	1,6	2	0,4	33,6	142,4	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

Тема 1. **Обзор цифровых технологий и цифровая трансформация**.

Концепция «Индустрия 4.0». Мандаты, способствующие внедрению цифровых технологий. Промышленная роботизация, промышленный интернет вещей, виртуальная и дополненная реальность в производстве, аддитивные технологии в промышленности, большие данные и искусственный интеллект в промышленности. Применение больших данных в анализе социально-экономических процессов. Блокчейн-технологии. Перспективы криптовалют.

Тема 2. **Предпринимательство в сети Интернет**.

Понятие и виды электронного бизнеса, его особенности и основные характеристики. Законодательство в сфере электронного бизнеса. Организация электронного бизнеса в Российской Федерации – правовые основы. Принципы использования электронной подписи и сертификации

Виды предприятий в Интернет. Степень присутствия предприятия в Интернет. Ком-мерческие и некоммерческие организации в Интернет. Сообщества. Организация производ-ственной деятельности в Интернет. Виртуальные предприятия. Особенности взаимодействия с персоналом в виртуальном предприятии. Организация продаж и предоставление услуг в Интернет. Организация взаимодействия между Интернет-предприятиями. Взаимодействие Интернет-предприятий с физическими и юридическими лицами. Организация взаимодей-ствия Интернет-предприятий с потребителями товаров и услуг.

Тема 3. **Методы и модели ведения бизнеса в сети Интернет**.

Основные модели бизнеса в Интернет. Методы снижения производственных издержек при использовании Интернет-технологий ведения бизнеса. Источники доходов Интернет-предприятий. Методы привлечения посетителей на сайт предприятия: модель сотрудничества, модель сообщества, модели привлечения контентом.

Методы формирования и анализа целевой аудитории предприятия. Методы позиционирования предприятия на глобальном рынке. Анализ существующих предприятий по сегментам глобального рынка. Участники деловых операций. Электронные торговые площадки (ЭТП). Возможности и преимущества ЭТП. Характеристики основных ЭТП модели B2C. Характеристики основных ЭТП, модели B2B, B2G.G2B.

Исследования и статистические данные по рынку e-commerce. Интернет-торговля в России. Экосистема digital рынка в России. Рекламная модель.

Тема 4. **Основные виды сетевого бизнеса**

Определение электронной коммерции. Составляющие электронной коммерции. Задачи, решаемые при помощи электронной коммерции. Розничная и оптовая торговля в электронной коммерции.

Интернет-магазины. Корпоративные сайты. Каталоги, рейтинги, поисковые системы. Контент-проекты. Информационный бизнес в сети. Финансовые услуги. Рекламный бизнес. Разработка и поддержка сайтов. Услуги связи и средства общения. Торговые площадки. Дистанционное обучение и online-консультации. Игорный бизнес в сети.

Тема 5. **Платежные системы электронного бизнеса**.

Электронные финансовые структуры: интернет-банкинг, интернет-страхование, интернет-трейдинг. Финансовые сетевые структуры Виртуальные банки Электронный фондовый рынок.

Платежные и расчетные системы. Международный опыт. Платежные системы, обслуживающие мировой финансовый рынок. Основные понятия и классификация платежных систем. Банковские и небанковские платежные услуги. Регулирование платежных отношений. Правовые аспекты электронных денег. Интеграция платежных систем на мировом финансовом рынке. Национальная платежная система России: проблемы и перспективы развития. Рынок онлайн платежей в России: пользователи и их предпочтения.

Расчеты с помощью собственных предоплаченных платежных инструментов. Вопросы безопасности платежей в Интернете.

Тема 6. **Стратегия создания новой бизнес-модели на основе цифровизации**.

Выбор бизнес-модели. Оценка цифровых конкурентных преимуществ. Определение целей цифровизации. Институциональная среда для цифровой экономики. Оценка готовности к цифровым преобразованиям. Риски и возможности цифровой экономики. Оценка уровня автоматизации в промышленности.

Основные навыки, необходимые для цифровой трансформации. Лидер и ключевые роли в реализации проекта цифровизации. Выбор и приоритизация проектов цифровизации. Пилотирование цифровых решений. Расчет эффектов от цифровых инициатив. Кадры для реализации цифровых инициатив.

Тема 7. **Промежуточная аттестация (экзамен)**.

1. Понятие и виды электронного бизнеса, его особенности и основные характеристики.
2. Организация электронного бизнеса в Российской Федерации – правовые основы.
3. Проблемы правового регулирования электронного бизнеса в России.
4. Зарубежный опыт в правовом регулировании электронного бизнеса.
5. Принципы использования электронной подписи и сертификации
6. Юридическая квалификация электронных денег.
7. Разрешение споров в области электронной коммерции.
8. Социальная коммерция, её преимущества и практика развития
9. Облачные вычисления и работа с большими массивами данных.
10. Модель поведения потребителей в Интернете с учетом эффекта неравномерной ценности электронных денег.
11. Бизнес - модели в интернет – классификация и динамика.
12. Структура Интернет - рынка и основные бизнес модели.
13. Тренды и прогнозы Интернет - рынка.
14. Исследования и статистические данные по рынку e-commerce.
15. Интернет-торговля в России, проблемы и перспективы.
16. Экосистема digital рынка в России.
17. Электронные финансовые структуры: интернет-банкинг, интернет-страхование, интернет-трейдинг.
18. Финансовые сетевые структуры, их преимущества использования
19. Виртуальные банки и электронный фондовый рынок.
20. Платежные и расчетные системы. Международный опыт.
21. Основные понятия и классификация платежных систем.
22. Банковские и небанковские платежные услуги.

23. Регулирование платежных отношений. Правовые аспекты электронных денег.
24. Интеграция платежных систем на мировом финансовом рынке.
25. Национальная платежная система России: проблемы и перспективы развития.
26. Рынок онлайн платежей в России: пользователи и их предпочтения.
27. Понятие виртуальных предприятий, их преимущества и недостатки, формы и типы, процесс их создания.
28. Сущность электронного правительства, фазы трансформации и модели.
29. Архитектура электронного правительства. Трудности и проблемы на пути развития электронного правительства.
30. «Единое окно» системы виртуального предоставления госуслуг в России.
31. Понятие электронной коммерции и её значение в современной экономике. Отличие электронной коммерции от традиционной торговли.
32. Системы электронной коммерции. Модели организации системы электронной коммерции.
33. Понятие электронный магазин его особенности. Интернет-магазины, их виды и характеристика
34. Организация торгово-технологического процесса в интернет-магазине.
35. Проект, его природа и сущность. Отличия проектной и операционной деятельности.
36. Жизненный цикл проекта и его модели. Участники проекта: окружение проекта.
37. Программное обеспечение управления проектами.
38. Процессы управления интернет - проектами.
39. Планирование электронного бизнеса Разработка бизнес-плана
40. Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса.
41. Бизнес-модели и направления электронного бизнеса
42. Бизнес-аналитика как инструмент повышения эффективности интернет-маркетинга.
43. История, область применения, методы и инструменты, системы Web-аналитики.
44. Принципы Web-аналитики. Виды и показатели Web-аналитики.
45. Задачи, решаемые с помощью Web-аналитики.
46. Основные сервисы для бизнес-аналитики.
47. Профессия Web-аналитика. Основные профессиональные компетенции
48. Сущность интернет-маркетинга, его инструменты и основные элементы.
49. Интернет-канал маркетинга и рекламы. Особенности трансформации маркетинга в электронной коммерции.
50. Инновационные способы продвижения продукции в Интернете.
51. Преимущества интернет-рекламы, принцип действия. Web-сайт как площадка для рекламы в Интернете.
52. Организация и технологии создания рекламы в интернете.
53. Медийная реклама в Интернете.
54. Понятие сайтпромоутинг, его технологии.
55. Типы рекламных кампаний. Особенности создания креатива.
56. Критерии оценки эффективности. Рекламные форматы.
57. Технология медиа-планирования.
58. Расчет прогнозных показателей. Расчет охвата.
59. Таргетированная реклама Vkontakte, Facebook, Target mail.
60. Контекстная реклама. Avito, Google Adwords,

Планы семинарских занятий

Тема 1. **Обзор цифровых технологий и цифровая трансформация.** Обзор цифровых технологий и цифровая трансформация.

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Подготовка и анализ презентаций и докладов по следующим темам:

1. Концепция «Индустрия 4.0»
2. Европейская стратегия Единого цифрового рынка.
3. Национальные стратегии и программы цифровизации экономики в ЕС.
4. Федеральная программа «Цифровая экономика».
5. Блокчейн-технологии.
6. Перспективы криптовалют.

Практические задания:

1. Подготовка краткого конспекта по теме и вопросам практического занятия.
2. Составить терминологический кроссворд из основных терминов по теме 1
3. Составить обобщающую таблицу «Подрывные технологии Индустрии 4.0»

Тема 2. **Предпринимательство в сети Интернет.** Предпринимательство в сети Интернет.

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Понятие и виды электронного бизнеса, его особенности и основные характеристики. Законодательство в сфере электронного бизнеса. Организация электронного бизнеса в Российской Федерации – правовые основы. Принципы использования электронной подписи и сертификации

Виды предприятий в Интернет. Степень присутствия предприятия в Интернет. Коммерческие и некоммерческие организации в Интернет. Сообщества. Организация производственной деятельности в Интернет. Виртуальные предприятия. Особенности взаимодействия с персоналом в виртуальном предприятии. Организация продаж и предоставление услуг в Интернет. Организация взаимодействия между Интернет-предприятиями. Взаимодействие Интернет-предприятий с физическими и юридическими лицами. Организация взаимодействия Интернет-предприятий с потребителями товаров и услуг.

Тема 3. **Методы и модели ведения бизнеса в сети Интернет.** Методы и модели ведения бизнеса в сети Интернет.

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Подготовка и анализ презентаций и докладов по следующим темам:

1. Каковы основные бизнес - модели в интернет?
2. В чем сущность модели поведения потребителей в Интернете?
3. акова структура Интернет-рынка?
4. В чем особенности интернет-торговли в России?
5. Что такое социальная коммерция и «интернет вещей»?
6. Электронные торговые площадки (ЭТП)

Практические задания:

1. Подготовка краткого конспекта по теме и вопросам практического занятия.
2. Подготовить графическую модель «Структура интернет-рынка».
3. Написать эссе по теме: «Характеристики основных ЭТП модели B2C»

Тема 4. **Основные виды сетевого бизнеса.** Основные виды сетевого бизнеса.

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Подготовка и анализ презентаций и докладов по следующим темам:

1. Какие существуют электронные финансовые структуры?
2. В чем особенности платежных и расчетных систем?
3. Какой международный опыт организации платежных и расчетных систем можно использовать в России?

4. Какие виды платежных систем вы знаете?
5. В чем отличие банковских и небанковских платежных услуг?
6. Каково регулирование платежных отношений и электронных денег?

Практические задания:

1. Подготовка краткого конспекта по теме и вопросам практического занятия.
2. Составить терминологический кроссворд из основных терминов по теме 4
3. Составить сравнительную таблицу «Платежные и расчетные системы»

Тема 5. **Платежные системы электронного бизнеса.** Платежные системы электронного бизнеса.

Время - 2 час.

Основные вопросы:

Подготовка и анализ презентаций и докладов по следующим темам:

1. Что такое виртуальное предприятие, их преимущества и недостатки?
2. Каковы формы и типы виртуальных предприятий?
3. В чем сущность электронного правительства, его основные модели?
4. Какова архитектура электронного правительства?
5. В чем трудности и проблемы развития электронного правительства?
6. В чем сущность системы виртуального предоставления госуслуг в России через «Единое окно» ?

Практические задания:

1. Подготовка краткого конспекта по теме и вопросам практического занятия.
2. Составить терминологический кроссворд из основных терминов по теме 5
3. Составить критерии оценки для системы виртуального предоставления госуслуг в России через «Единое окно»

Тема 6. **Стратегия создания новой бизнес-модели на основе цифровизации.** Стратегия создания новой бизнес-модели на основе цифровизации.

Время - 4 час.

Основные вопросы:

Подготовка и анализ презентаций и докладов по следующим темам:

1. Оценка цифровых конкурентных преимуществ
2. Риски и возможности цифровой экономики.
3. Создание бизнес-модели цифрового предприятия
4. Лидер и ключевые роли в реализации проекта цифровизации
5. Кадры для реализации цифровых инициатив
6. Оценка готовности предприятия к цифровым преобразованиям

Практические задания:

1. Подготовка краткого конспекта по теме и вопросам практического занятия.
2. Составить терминологический кроссворд из основных терминов по теме 6
3. Написать эссе на тему: Стратегии предприятий в условиях цифровизации

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1.1. Основные категории учебной дисциплины для самостоятельного изучения:

B2A (business-to-administration) - сфера электронной коммерции, которая охватывает деловые связи коммерческих структур с правительственными организациями (в частности проведения государственных закупок через Internet)

B2B B (business-to-business) - сфера электронной коммерции, в которой электронная среда используется для заказа, проведению коммерческих операций и осуществления платежей между бизнес организациям мы (предприятиями) (электронная оптовая торговля.

B2C (business-to-consumer) - сфера электронной коммерции, в которой имеет место коммерческая взаимодействие между электронным магазином и покупателем - непосредственным потребителем товара (электронная розничная торговля)

C2A (consumer-to-administration) - сфера электронной коммерции, в которой электронная среда используется для организации взаимодействия государственных структур между потребителями и государственными структурами (особо ливо в социальной и налоговой сфере.

C2C (consumer-to-consumer) - сфера электронной коммерции, в которой электронная среда используется для взаимодействия потребителей для обмена коммерческой информацией или осуществления коммерческих операций

DNS (Domain Name System) - система доменных имен Internet-ресурсов, которая предназначена для сопоставления цифровых IP-адресов компьютеров с доменными (буквенными) именами хостов

FTP (File Transfer Protocol) - Internet-сервис для передачи файлов (в тч программных) сетью Internet

FTP-услуга - служба прямого доступа к файлам в файловых Internet-архивах, требующая полноценного подключения к сети

HTML (Hyper Text Markup Language) - язык разметки гипертекстовых документов. По ее правилам форматируются Web-страницы распространяются данные WWW-системы

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - протокол, согласно которому WWW-документы передаются с сервера к браузеру на компьютер пользователя

Internet - всемирная сеть технических средств, стандартов и договоренностей, которая позволяет поддерживать связь между различными компьютерными сетями в мире

Internet-маркетинг - комплекс социальных и управленческих процессов, направленных на наиболее полное удовлетворение потребностей потребителей в сети Internet при формировании предложения и системы обмена товаров и услуг посредством ю информационных коммуникационных технологии.

Internet-пейджер - программа для непосредственного общения в сети. Они могут выполнять функции передачи файлов, электронной почты, голосовых сообщений, новостей и т п

Internet-реклама - форма представления и распространения информации в сети Internet о товарах и услугах с целью их популяризации указанному источником финансирования

Internet-трейдинг - предоставление финансовыми учреждениями услуг по эффективному использованию финансовых инструментов на финансовых рынках с помощью информационных коммуникационных технологий

Intranet - внутренняя локальная компьютерная сеть учреждения, которая функционирует на основе Internet-технологий

IP-адрес - 32 (по новым стандартам 128) - битовая цифровая адрес, предоставляется каждому узлу сети Internet

IRC - (система"разговорных комнат"- чатов) - интерактивная служба, которая дает возможность общения пользователей в режиме реального времени с помощью текстовых сообщений, набираемых на клавиатуреSET (Secure Electronic Transaction) - протокол, принятый как стандарт безопасности финансовых транзакций электронной коммерции и основывается на использовании цифровой подписи с электронным сертификатом

S-HTTP (Secure HTTP) - протокол поддержки и передачи гипер-ксту, который обеспечивает авторизацию и защиту Web-документов

SSL (Secure Sockets Layer) - универсальный наиболее массовый протокол защиты любого соединения с использованием любого прикладного протокола, основывается на использовании криптографических методов ши ифрування с открытым ключе.

TCP / IP (Transmission Control Protocol Internet Protocol) - совокупность систем стандартов и правил связи и передачи информации в глобальной сети Internet

Web-браузер (browser) - программа просмотра WWW-страниц и других ресурсов Web-витрина - совокупность товарного каталога, системы навигации и оформления заказа с

последующей передачей его менеджеру для оформления случае Web - витрина является инструментом привлечения покупателя, интерфейсом для взаимодействия с ним и проведения маркетинговых западев.

Web-сервер - компьютер, отвечающие за хранение и выдачу Web-страниц и на котором установлено программное обеспечение для обработки запросов программ-браузеров, использующих протокол HTTP

Web-страница - HTML-файл, который может содержать тексты, изображения, программы на языке Java и другие Web-элементы

WWW (World Wide Web) - служба прямого доступа, требующий полноценного подключения к Internet и позволяет интерактивно взаимодействовать с представленной на Web-серверах информации

Авторизация - проверка прав владельца банковской платежной карты на осуществление финансовых трансакций

Подлинность - идентификация лица, желающего получить интерактивный доступ к определенной информации с целью обеспечения безопасности и обеспечения выполнения коммерческих операций

Баннер - рекламный модуль на Web-странице в виде прямоугольного графического изображения (чаще всего в формате GIF или JPG)

Банк-эквайер - банк, обслуживающий продавца Банк-эмитент - банк, в котором находится расчетный счет покупателя и является гарантом его финансовых обязательств Безопасность - состояние устойчивости информации к случайным или умышленных воздействий, исключает недопустимые риски ее изменения, раскрытия или уничтожения, которые приводят к материальным убыткам владельца или пользователя информ маке.

Бизнес-портал - мощный Web-сайт с функциями комплексной системы, предоставляет полный спектр услуг для ведения бизнеса в сети многим клиентам (как корпоративным, так и индивидуальным предпринимателям)

Гипертекст - метод предоставления информации в виде текста, отдельные фрагменты которого соединены с помощью ссылок есть связями, позволяющие легко переходить от одного материала к другому

Дистанционное образование - это форма образования, в которой учебный процесс обеспечивается путем информационных компьютерных технологий

Электронный аукцион - Web-сайт, который представляет собой программно-информационную базу, которая позволяет проводить конкурентные торги, в процессе чего устанавливается конечная цена на товар или услугу

Электронный банкинг (Internet-банкинг, e-banking) - система банковских услуг, при которой клиент взаимодействует с банком через информационные компьютерные сети

Электронный бизнес - любая деловая активность с использованием глобальных информационных сетей для модификации внутренних и внешних связей фирмы с целью получения прибыли

Электронная биржа - электронная торговая площадка, на которой цена регулируется колебаниями спроса и предложения

Электронная визитная карточка - несколько WWW-страниц, содержащих информацию о компании и ее деятельности, направленных на ознакомление потенциальных клиентов с продукцией и услугами компании

Электронный кошелек - специальное программное обеспечение, которое дает возможность хранить электронные деньги, осуществлять расчеты с их помощью, проверять их подлинность, получать информацию о расчетах и т.д.

Электронный документ - документ, информация в котором зафиксирована в виде электронных данных, включая обязательные реквизиты документа

Электронный документооборот (ЭОД) - совокупность процессов создания, обработки, передачи, получения, хранения, использования и уничтожения электронных документов, которые выполняются с применением проверки целостности и в случае потребности с подтверждением факта их получения

Электронная коммерция - экономическое взаимодействие субъектов бизнеса по поводу купли - продажи товаров и услуг (материальных и информационных) с использованием информационных сетей (Internet, сеть сотовой связи, внутренние локальные сети фирм.

Электронный магазин (Internet-магазин, e-shop) - Web-сайт (часто специализированный), который принадлежит фирме-товаропроизводителю, торговой фирме и т.д. и предназначен для продвижения потребительских товаров на рынке, увеличение объемов продажи, привлечения новых покупке.

Электронный мл (e-mall) - Web-сайт, который содержит значительное количество электронных магазинов и каталогов, объединенных общим местом расположения (в некоторых случаях - под одной известной маркой), совместно выполняют доп налоговые функции.

Электронная платежная система (e-payment system) - система осуществления расчетов и платежей между коммерческими структурами, финансовыми, государственными учреждениями и пользователями сети в процессе купли-продажи товаров и услуг через Interne.

Электронная почта - электронная услуга, предоставляющая возможность формировать, пересылать, сохранять и читать текстовые документы, электронные таблицы в определенном формате, графические файлы, программы и т.д. и действует в режиме off-line

Электронная система платежей - передача финансовых средств с одного банковского счета на другой с применением средств электронной электронного документооборота

Электронное страхование - система мероприятий, направленных на полное или частичное возмещение потерь от определенных рисков путем использования информационных компьютерных технологий. Оно представляет собой отношения по защите физических или и юридических лиц при наступлении страховых случаев за счет денежных фондов, формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов, осуществления и обслуживания которых реализуется средствами компьютерных технологий.

Электронный торговая площадка (концентратор) - сайт в категории. B2B, на котором заключаются сделки между продавцами и покупателями и осуществляется проведение финансово-торговых транзакций

Электронная цифровая подпись - вид электронной подписи, полученной в результате криптографического преобразования набора электронных данных, который к ним добавляется или логично с ними объединяется и дает возможность подтвердить его подлинность и идентифицировать подписант.

Электронный чек - поручение плательщика (покупателя) своему банку о перечислении средств со своего счета на счет получателя платежа, которое является аналогом бумажного чека в электронном виде

Электронные деньги - система оплаты товаров и услуг путем передачи числовых данных от одного компьютера к другому

6.1.2. Задания для повторения и углубления приобретаемых знаний.

№	Код результата обучения	Задания
1	ПК-6-31	1. Охарактеризовать понятие электронного бизнеса, его отличительные особенности
2	ПК-6-31	2. Выявить основные инструменты управления и правового регулирования
3	ПК-6-32	1. Объяснить анализ поведения потребителя в цифровой среде.
4	ПК-6-32	2. Описать Модели электронного бизнеса.
5	ПК-6-33	1. Исследовать электронные финансовые структуры рынка
6	ПК-6-33	2. Охарактеризовать особенности использования электронных платежных систем
7	ПК-6-34	1. Объяснить разновидности виртуальных предприятий.
8	ПК-6-34	2. Охарактеризовать особенности работы Электронного правительства
9	ПК-6-35	1. Выявить принципы и методы организация электронной коммерции

10	ПК-6-З5	2. Исследовать процесс создания Интернет-магазина
11	ПК-6-З6	1. Охарактеризовать особенности и технология управления интернет -проектом
12	ПК-6-З6	2. Объяснить этапы создания Web-сайта

6.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений.

№	Код результата обучения	Задания
13	ПК-6-У1	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Промышленная роботизация Промышленный интернет вещей Виртуальная и дополненная реальность в производстве
14	ПК-6-У1	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Применение больших данных в анализе социально-экономических процессов.
15	ПК-6-У2	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Организация производственной деятельности в Интернет. Виртуальные предприятия. Организация продаж и предоставление услуг в Интернет.
16	ПК-6-У2	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Принципы использования электронной подписи и сертификации.
17	ПК-6-У3	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Методы формирования и анализа целевой аудитории предприятия. Методы позиционирования предприятия на глобальном рынке. Анализ существующих предприятий по сегментам глобального рынка
18	ПК-6-У3	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Экосистема digital рынка в России.
19	ПК-6-У4	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Розничная и оптовая торговля в электронной коммерции. Разработка и поддержка сайтов Торговые площадки
20	ПК-6-У4	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Дистанционное обучение и online-консультации
21	ПК-6-У5	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Банковские и небанковские платежные услуги. Регулирование платежных отношений. Правовые аспекты электронных денег.
22	ПК-6-У5	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Рынок онлайн платежей в России: пользователи и их предпочтения.
23	ПК-6-У6	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Оценка уровня автоматизации в промышленности.

		Пилотирование цифровых решений. Расчет эффектов от цифровых инициатив.
24	ПК-6-У6	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Перспективы применения сквозных технологий на производстве.

6.3. Задания, направленные на формирование профессиональных навыков, владений.

№	Код результата обучения	Задания
25	ПК-6-В1	Решение практической задачи 1
26	ПК-6-В1На деле	Задача 1 Проанализируйте статью. По состоянию на 2020 год, одна только компания Google обрабатывает свыше 3,5 млрд поисковых запросов, а YouTube транслирует почти 4,5 миллиона видеороликов. Ежедневно пользователи интернета и социальных сетей генерируют все больше контента и по самому оптимистичному прогнозу, через 5 лет мы достигнем отметки в 463 эксабайта новой информации в день. Только представьте, почти 5 миллиардов ГБ в сутки и это с учетом того, что более половины населения Земли не имеют доступа в интернет! проблемы с хранением данных наблюдаются уже сейчас — современные дата-центры занимают огромные площади, потребляют невиданное количество электроэнергии. Согласно подсчетам, на долю дата-центров приходится чуть больше 1% потребляемого электричества в мире, а человечество расходует свыше 20 000 млрд кВтч. Нужен выход, какой? Правильно, следует плотнее упаковывать информацию, причем не в ущерб надежности, производительности и энергопотреблению. Несколько предложений от ученых уже есть и их разработки не фантастика, а наше ближайшее будущее. Вопрос: Проанализируйте ситуацию, выявите тенденции происходящих изменений. Сформулируйте ваши предложения по развитию ситуации.
27	ПК-6-В2	Решение практической задачи 2
28	ПК-6-В2	Задача 2 Проанализируйте статью. Недавно интернет взорвала новость о нейросети, которая вот уже год тайно делает логотипы в студии дизайна Артемия Лебедева. Компании платили по 100 000 рублей за создание фирменного знака, который для них делал алгоритм. И это лишь крошечная часть того, что умеют нейросети, — совсем скоро они заменят десятки профессий и оставят многих без работы. Футурологи предсказывают, что уже через 10 лет минимум полсотни профессий потихоньку заменят алгоритмы. Под ударом окажутся библиотекари, бухгалтеры, турагенты, кассиры и вообще все, чья работа основана на повторении рутинных операций. Если даже логотип можно поручить нейросети, что можно сказать о налоговой отчётности? Вопрос: Проанализируйте ситуацию, выявите тенденции происходящих изменений. Сформулируйте ваши предложения по развитию ситуации.
29	ПК-6-В3	Решение практической задачи 3

30	ПК-6-В3	Задача 3 Проанализируйте статью. Благодаря облачным сервисам PaaS («платформа как услуга») даже компании без глубокой экспертизы в ИТ могут быстро создавать собственные бизнес-приложения. Разбираемся, как работают такие сервисы и что они дают бизнесу Что такое PaaS и кому это нужно PaaS — самый сложный и интересный сегмент облачных сервисов. Он занимает особое положение между IaaS («инфраструктура как услуга») и SaaS («программное обеспечение как услуга»). Само объяснение того, что такое PaaS и как работают такие сервисы — нетривиальная задача. Принципы IaaS и SaaS, в целом, просты и понятны. IaaS — это процессоры, оперативная память, хранилища данных, только не физические, а виртуальные, создаваемые в дата-центре поставщика облачных услуг. С SaaS все еще проще. Так, например, все веб-приложения — почта, мессенджеры, видео/аудио плееры, навигаторы — это и есть SaaS. Работа приложения выполняется на удаленном сервере, а на экране компьютера, смартфона или планшета пользователя отображается ее результат. Сервисы PaaS работают несколько иначе и носят более комплексный характер. В рамках модели PaaS поставщик дает доступ к облачной среде, в которой можно создавать, тестировать, масштабировать и обновлять собственные приложения. При этом пользователь PaaS-сервисов получает в готовом виде все инструменты, которые нужны для разработки, — операционную систему, промежуточное ПО, базы данных и многое другое. До появления таких сервисов ИТ-командам приходилось самостоятельно выбирать, закупать, настраивать, интегрировать и обслуживать целый набор продуктов. Это длительная, сложная и дорогая работа. Только после ее завершения разработчики могли заняться непосредственно созданием приложений. Теперь почти все необходимое можно найти на одной платформе. Специалистам остается только написать код и протестировать новое приложение. Один из ведущих мировых поставщиков облачных SaaS-решений, компания SaleForce, описывает свою платформу Force.com как Development as a Service, подчеркивая ее полезность для разработки. В этом есть логика: если выбирать между основными вариантами облачных сервисов, то PaaS действительно лучше всего подходит для разработки собственных программных продуктов. В случае с IaaS пользователь получает доступ только к инфраструктуре — хранилищу, сетям, серверу и другим вычислительным мощностям. Прежде чем приступить к созданию продукта, здесь требуется много подготовительной работы. SaaS — это уже готовое приложение, которое может подойти для решения определенной бизнес-задачи, но… может и не подойти. Если представить, что компании нужно не разработать приложение, а приготовить новое блюдо, то по модели PaaS он получил бы хорошо оборудованную кухню с полным набором посуды, продуктов и специй. В рамках IaaS ему бы предоставили помещение с холодильником, плитой и духовкой. А в формате SaaS — уже приготовленный ужин. Таким образом PaaS — это сервис для тех, кто решил «готовить» сам, но не хочет слишком глубоко погружаться в технические детали и тратить время, трудовые и финансовые ресурсы на создание среды разработки. Вопрос: Проанализируйте ситуацию, выявите тенденции происходящих

		изменений. Сформулируйте ваши предложения по развитию ситуации.
31	ПК-6-В4	Решение практической задачи 4
32	ПК-6-В4предлагают	Задача 4 Проанализируйте статью. По мере возникновения новых потребностей у бизнеса облачные платформы наполняются новыми опциями и функциями. «Тенденции, которые мы наблюдаем в PaaS, одновременно и отражают, и определяют непрерывную трансформацию облачных вычислений и цифрового бизнеса», — говорит вице-президент по исследованиям Gartner Ефим Натис. Это означает, что набор доступных на платформах инструментов будет расширяться за счет самых востребованных и перспективных технологий — больших данных, нейросетей, искусственного интеллекта и машинного обучения. Компании смогут использовать их, не погружаясь в тонкости программирования и администрирования. В публичных облаках инфраструктурой пользуются тысячи разных компаний, а управление берет на себя провайдер. Такой подход проще и дешевле для клиента и все чаще используется для разработки и тестирования приложений. Кроме того, крупнейшие операторы облачных сервисов сейчас клиентам мощные облачные вычислительные кластеры для работы с искусственным интеллектом. Они нужны, чтобы оперативно обрабатывать большие и сложные массивы данных, быстро обучать ИИ-модели и запускать на их основе различные решения, базирующихся на машинном и глубоком обучении. Так, в конце 2019 года SberCloud запустила самый мощный в России суперкомпьютер — «Кристофари» — и облачную платформу AI Cloud. На платформе реализовано два важных сервиса — Model Training и Model Inference. Первый позволяет тренировать модели машинного и глубокого обучения на базе «Кристофари». Второй — разворачивать и использовать модели искусственного интеллекта. По сути, они объединяют IaaS (мощности суперкомпьютера) и PaaS (привычные для дата-сайентистов среды разработки и инструменты). И теперь у любой компании, появился доступ к супервычислениям и разработкам на базе ИИ, которые раньше были доступны только крупным корпорациям. Вопрос: Объясните, какие преимущества предоставляют компаниям рассматриваемые в кейсе новые технологии. Есть ли недостатки у описываемых технологиях?
33	ПК-6-В5	Решение практической задачи 5

34	ПК-6-В5	Задача 5 Проанализируйте статью. Развитие российской платежной системы «МИР» В конце марта 2014 года две крупнейшие в мире платежные системы — Visa и MasterCard — без предварительного уведомления заблокировали операции банка «Россия», СМП банка и «Собинбанка». Это произошло всего через неделю после референдума о статусе Крыма, за которым последовали первые санкции американских властей в отношении России. Ситуация грозила парализовать работу российских банков, поэтому реакция последовала оперативно. Уже 5 мая 2014 года президент РФ Владимир Путин подписал закон о создании в России альтернативной системы, оператором которой стала «Национальная система платежных карт» (НСПК). Было объявлено, что на ее процессинг со временем будут обязаны перейти все присутствующие в стране платежные системы, включая те же Visa и MasterCard. Фактически перевод всех транзакций внутрироссийских операций двух гигантов завершился летом 2015 года. Спустя год после объявления о создании НСПК, полный контроль над которой получил Центробанк, новой платежной системе дали название «Мир». Еще через полгода, в декабре 2015 года, семь российских банков выпустили первые карты. Эмитентами «Мира» стали Газпромбанк, МДМ, Московский индустриальный банк, РНКБ Банк, «Россия», «Связь-Банк» и СМП Банк. По данным самой платежной системы, к концу мая 2018 года к ней присоединились более 340 российских банков, половина из которых выпускает собственные карты «Мир». За 2,5 год существования системы было выпущено уже 35 млн карт. Рассказам о плюсах и минусах использования национальной карты посвящена не одна ветка комментариев на странице информагентства «Банки.Ру». На форуме портала отдельный раздел посвящён минусам «Мира». В последних комментариях пользователи высказывают к ней несколько основных претензий: принудительное навязывание системы бюджетникам, ограниченное количество торговых точек, в которых карту принимают к оплате, отсутствие спецсервисов, присущих международным платёжным системам (PayPass, MoneySend), отсутствие страховок и услуги консьерж. Ещё одним минусом «Мира» называют то, что стоимость её годового обслуживания сопоставима с картами международных платёжных систем, но не сравнима с количеством предоставляемых услуг. Из плюсов называется опять же тот фактор, что карты привязаны к национальной платёжной системе и независимы от санкций. Этот же аргумент приводится в качестве основного на официальном сайте карты. Там же указывается, что «для гарантии безопасности карт применяются самые современные технологии», но на этом список преимуществ карты заканчивается. Вопросы для обсуждения 1. Что послужило стимулом для развития национальной платежной системы в России? 2. Какие решения были приняты по развитию российской платежной системы?
35	ПК-6-В6	Решение практической задачи 6

36	ПК-6-В6	Задача 6 Проанализируйте статью. Сейчас все без исключения отрасли оказались затронуты процессами цифровой трансформации. Digital часто становится не только инструментом развития, но и реанимации бизнеса, когда дела идут не важно. Пример — второй по величине банк Германии, Commerzbank, который столкнулся с большими проблемами в последнее время. По этой причине руководство банка уже анонсировало масштабную реструктуризацию. Ему предстоит проделать довольно сложную работу и сократить около 9600 человек персонала. Но это часть трансформации — новая стратегия «Commerzbank 4.0» базируется на трех основных китах: рост, внедрение цифровых технологий и увеличение эффективности. Commerzbank при этом — не первый и не последний. Например, Банк Ирландии планирует инвестировать 500 млн фунтов (588 млн долларов) в обновление ИТ-инфраструктуры в ближайшие пять лет. Часть этих средств пойдет на перестройку основной банковской платформы: для поддержки клиентов будут созданы новые цифровые каналы, а также разработаны средств продвинутой аналитики данных и сопутствующие решения. Банк намерен таким образом трансформировать как бэк-офис, так и работу с пользователями. Кроме того, голландский банк ING, крупнейший в стране, сокращает 7000 рабочих мест в рамках перестройки на цифровые рельсы, преимущественно в Бельгии и Голлландии, что позволит ему сэкономить 900 млн евро (1,01 млрд долларов) к 2021 году. Конечная цель — выйти на новый уровень сервиса на рынке цифрового банкинга, только на это будет потрачено 800 млн евро. Финансовая индустрия не единственная, кто оказался сильно затронут цифровыми преобразованиями. Под раздачу попали даже производители продуктов питания! Например, компания Danone с более чем 900 млн клиентов по всему миру и оборотом 21 млрд евро считает, что социальные медиа — ключевой компонент цифровой трансформации. Об этом заявил глава по цифровым технологиям компании Том Бентон на одной из конференций по маркетингу. Драматически меняются алгоритмы бизнеса в ритейле, что подогревается как пользовательскими ожиданиями, так и сильной конкуренцией на рынке. Несетевым магазинам приходиться быстро приспосабливаться к онлайн конкурентам и низким ценам, которые они предлагают. Но вне зависимости от размера, ни один розничный торговец не застрахован от краха бизнеса. Вот почему крупнейший итальянский бренд супермаркетов COOPItalia, чья годовая выручка составляет около 15 млрд долларов, активно работает над прототипом «супермаркета будущего», который был показан на выставке в Милане в 2015 году. Как вы можете убедиться, он уже очень близок к производству. Вопрос: Проанализируйте ситуацию, выявите тенденции происходящих изменений. Сформулируйте ваши предложения по развитию ситуации.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Средства оценивания в ходе текущего контроля:

- письменные краткие опросы в ходе аудиторных занятий на знание категорий учебной дисциплины, указанных в п.6.1.1.;
- задания и упражнения, рекомендованные для самостоятельной работы;
- задания и упражнения в ходе семинарских занятий.

7.2. ФОС для текущего контроля:

№	Код результата обучения	ФОС текущего контроля
1	ПК-6-З1	1. Охарактеризовать понятие электронного бизнеса,его отличительные особенности
2	ПК-6-З1	2. Выявить основные инструменты управления и правового регулирования
3	ПК-6-З2	1. Объяснить анализ поведения потребителя в цифровой среде.
4	ПК-6-З2	2. Описать Модели электронного бизнеса.
5	ПК-6-З3	1. Исследовать электронные финансовые структуры рынка
6	ПК-6-З3	2. Охарактеризовать особенности использования электронных платежных систем
7	ПК-6-З4	1. Объяснить разновидности виртуальных предприятий.
8	ПК-6-З4	2. Охарактеризовать особенности работы Электронного правительства
9	ПК-6-З5	1. Выявить принципы и методы организация электронной коммерции
10	ПК-6-З5	2. Исследовать процесс создания Интернет-магазина
11	ПК-6-З6	1. Охарактеризовать особенности и технология управления интернет -проектом
12	ПК-6-З6	2. Объяснить этапы создания Web-сайта
13	ПК-6-У1	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Промышленная роботизация Промышленный интернет вещей Виртуальная и дополненная реальность в производстве
14	ПК-6-У1	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Применение больших данных в анализе социально-экономических процессов.
15	ПК-6-У2	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Организация производственной деятельности в Интернет. Виртуальные предприятия. Организация продаж и предоставление услуг в Интернет.
16	ПК-6-У2	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Принципы использования электронной подписи и сертификации.
17	ПК-6-У3	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Методы формирования и анализа целевой аудитории предприятия. Методы позиционирования предприятия на глобальном рынке. Анализ существующих предприятий по сегментам глобального рынка
18	ПК-6-У3	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Экосистема digital рынка в России.
19	ПК-6-У4	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Розничная и оптовая торговля в электронной коммерции. Разработка и поддержка сайтов Торговые площадки
20	ПК-6-У4	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Дистанционное обучение и online-консультации
21	ПК-6-У5	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Банковские и небанковские платежные услуги. Регулирование платежных отношений. Правовые аспекты электронных денег.

22	ПК-6-У5	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Рынок онлайн платежей в России: пользователи и их предпочтения.
23	ПК-6-У6	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Оценка уровня автоматизации в промышленности. Пилотирование цифровых решений. Расчет эффектов от цифровых инициатив. .
24	ПК-6-У6	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Перспективы применения сквозных технологий на производстве
25	ПК-6-В1	Решение практической задачи 1
26	ПК-6-В1	Задача 1 Проанализируйте статью. По состоянию на 2020 год, одна только компания Google обрабатывает свыше 3,5 млрд поисковых запросов, а YouTube транслирует почти 4,5 миллиона видеороликов. Ежедневно пользователи интернета и социальных сетей генерируют все больше контента и по самому оптимистичному прогнозу, через 5 лет мы достигнем отметки в 463 эксабайта новой информации в день. Только представьте, почти 5 миллиардов ГБ в сутки и это с учетом того, что более половины населения Земли не имеют доступа в интернет! На деле проблемы с хранением данных наблюдаются уже сейчас — современные дата-центры занимают огромные площади, потребляют невиданное количество электроэнергии. Согласно подсчетам, на долю дата-центров приходится чуть больше 1% потребляемого электричества в мире, а человечество расходует свыше 20 000 млрд кВтч. Нужен выход, какой? Правильно, следует плотнее упаковывать информацию, причем не в ущерб надежности, производительности и энергопотреблению. Несколько предложений от ученых уже есть и их разработки не фантастика, а наше ближайшее будущее. Вопрос: Проанализируйте ситуацию, выявите тенденции происходящих изменений. Сформулируйте ваши предложения по развитию ситуации.
27	ПК-6-В2	Решение практической задачи 2
28	ПК-6-В2	Задача 2 Проанализируйте статью. Недавно интернет взорвала новость о нейросети, которая вот уже год тайно делает логотипы в студии дизайна Артемия Лебедева. Компании платили по 100 000 рублей за создание фирменного знака, который для них делал алгоритм. И это лишь крошечная часть того, что умеют нейросети, — совсем скоро они заменят десятки профессий и оставят многих без работы. Футурологи предсказывают, что уже через 10 лет минимум полсотни профессий потихоньку заменят алгоритмы. Под ударом окажутся библиотекари, бухгалтеры, турагенты, кассиры и вообще все, чья работа основана на повторении рутинных операций. Если даже логотип можно поручить нейросети, что можно сказать о налоговой отчётности? Вопрос: Проанализируйте ситуацию, выявите тенденции происходящих изменений. Сформулируйте ваши предложения по развитию ситуации.
29	ПК-6-В3	Решение практической задачи 3

30	ПК-6-В3	Задача 3 Проанализируйте статью. Благодаря облачным сервисам PaaS («платформа как услуга») даже компании без глубокой экспертизы в ИТ могут быстро создавать собственные бизнес-приложения. Разбираемся, как работают такие сервисы и что они дают бизнесу Что такое PaaS и кому это нужно PaaS — самый сложный и интересный сегмент облачных сервисов. Он занимает особое положение между IaaS («инфраструктура как услуга») и SaaS («программное обеспечение как услуга»). Само объяснение того, что такое PaaS и как работают такие сервисы — нетривиальная задача. Принципы IaaS и SaaS, в целом, просты и понятны. IaaS — это процессоры, оперативная память, хранилища данных, только не физические, а виртуальные, создаваемые в дата-центре поставщика облачных услуг. С SaaS все еще проще. Так, например, все веб-приложения — почта, мессенджеры, видео/аудио плееры, навигаторы — это и есть SaaS. Работа приложения выполняется на удаленном сервере, а на экране компьютера, смартфона или планшета пользователя отображается ее результат. Сервисы PaaS работают несколько иначе и носят более комплексный характер. В рамках модели PaaS поставщик дает доступ к облачной среде, в которой можно создавать, тестировать, масштабировать и обновлять собственные приложения. При этом пользователь PaaS-сервисов получает в готовом виде все инструменты, которые нужны для разработки, — операционную систему, промежуточное ПО, базы данных и многое другое. До появления таких сервисов ИТ-командам приходилось самостоятельно выбирать, закупать, настраивать, интегрировать и обслуживать целый набор продуктов. Это длительная, сложная и дорогая работа. Только после ее завершения разработчики могли заняться непосредственно созданием приложений. Теперь почти все необходимое можно найти на одной платформе. Специалистам остается только написать код и протестировать новое приложение. Один из ведущих мировых поставщиков облачных SaaS-решений, компания SaleForce, описывает свою платформу Force.com как Development as a Service, подчеркивая ее полезность для разработки. В этом есть логика: если выбирать между основными вариантами облачных сервисов, то PaaS действительно лучше всего подходит для разработки собственных программных продуктов. В случае с IaaS пользователь получает доступ только к инфраструктуре — хранилищу, сетям, серверу и другим вычислительным мощностям. Прежде чем приступить к созданию продукта, здесь требуется много подготовительной работы. SaaS — это уже готовое приложение, которое может подойти для решения определенной бизнес-задачи, но… может и не подойти. Если представить, что компании нужно не разработать приложение, а приготовить новое блюдо, то по модели PaaS он получил бы хорошо оборудованную кухню с полным набором посуды, продуктов и специй. В рамках IaaS ему бы предоставили помещение с холодильником, плитой и духовкой. А в формате SaaS — уже приготовленный ужин. Таким образом PaaS — это сервис для тех, кто решил «готовить» сам, но не хочет слишком глубоко погружаться в технические детали и тратить время, трудовые и финансовые ресурсы на создание среды разработки. Вопрос: Проанализируйте ситуацию, выявите тенденции происходящих

		изменений. Сформулируйте ваши предложения по развитию ситуации.
31	ПК-6-В4	Решение практической задачи 4
32	ПК-6-В4предлагают	Задача 4 Проанализируйте статью. По мере возникновения новых потребностей у бизнеса облачные платформы наполняются новыми опциями и функциями. «Тенденции, которые мы наблюдаем в PaaS, одновременно и отражают, и определяют непрерывную трансформацию облачных вычислений и цифрового бизнеса», — говорит вице-президент по исследованиям Gartner Ефим Натис. Это означает, что набор доступных на платформах инструментов будет расширяться за счет самых востребованных и перспективных технологий — больших данных, нейросетей, искусственного интеллекта и машинного обучения. Компании смогут использовать их, не погружаясь в тонкости программирования и администрирования. В публичных облаках инфраструктурой пользуются тысячи разных компаний, а управление берет на себя провайдер. Такой подход проще и дешевле для клиента и все чаще используется для разработки и тестирования приложений. Кроме того, крупнейшие операторы облачных сервисов сейчас клиентам мощные облачные вычислительные кластеры для работы с искусственным интеллектом. Они нужны, чтобы оперативно обрабатывать большие и сложные массивы данных, быстро обучать ИИ-модели и запускать на их основе различные решения, базирующихся на машинном и глубоком обучении. Так, в конце 2019 года SberCloud запустила самый мощный в России суперкомпьютер — «Кристофари» — и облачную платформу AI Cloud. На платформе реализовано два важных сервиса — Model Training и Model Inference. Первый позволяет тренировать модели машинного и глубокого обучения на базе «Кристофари». Второй — разворачивать и использовать модели искусственного интеллекта. По сути, они объединяют IaaS (мощности суперкомпьютера) и PaaS (привычные для дата-сайентистов среды разработки и инструменты). И теперь у любой компании, появился доступ к супервычислениям и разработкам на базе ИИ, которые раньше были доступны только крупным корпорациям. Вопрос: Объясните, какие преимущества предоставляют компаниям рассматриваемые в кейсе новые технологии. Есть ли недостатки у описываемых технологиях?
33	ПК-6-В5	Решение практической задачи 5

34	ПК-6-В5	Задача 5 Проанализируйте статью. Развитие российской платежной системы «МИР» В конце марта 2014 года две крупнейшие в мире платежные системы — Visa и MasterCard — без предварительного уведомления заблокировали операции банка «Россия», СМП банка и «Собинбанка». Это произошло всего через неделю после референдума о статусе Крыма, за которым последовали первые санкции американских властей в отношении России. Ситуация грозила парализовать работу российских банков, поэтому реакция последовала оперативно. Уже 5 мая 2014 года президент РФ Владимир Путин подписал закон о создании в России альтернативной системы, оператором которой стала «Национальная система платежных карт» (НСПК). Было объявлено, что на ее процессинг со временем будут обязаны перейти все присутствующие в стране платежные системы, включая те же Visa и MasterCard. Фактически перевод всех транзакций внутрироссийских операций двух гигантов завершился летом 2015 года. Спустя год после объявления о создании НСПК, полный контроль над которой получил Центробанк, новой платежной системе дали название «Мир». Еще через полгода, в декабре 2015 года, семь российских банков выпустили первые карты. Эмитентами «Мира» стали Газпромбанк, МДМ, Московский индустриальный банк, РНКБ Банк, «Россия», «Связь-Банк» и СМП Банк. По данным самой платежной системы, к концу мая 2018 года к ней присоединились более 340 российских банков, половина из которых выпускает собственные карты «Мир». За 2,5 год существования системы было выпущено уже 35 млн карт. Рассказам о плюсах и минусах использования национальной карты посвящена не одна ветка комментариев на странице информагентства «Банки.Ру». На форуме портала отдельный раздел посвящён минусам «Мира». В последних комментариях пользователи высказывают к ней несколько основных претензий: принудительное навязывание системы бюджетникам, ограниченное количество торговых точек, в которых карту принимают к оплате, отсутствие спецсервисов, присущих международным платёжным системам (PayPass, MoneySend), отсутствие страховок и услуги консьерж. Ещё одним минусом «Мира» называют то, что стоимость её годового обслуживания сопоставима с картами международных платёжных систем, но не сравнима с количеством предоставляемых услуг. Из плюсов называется опять же тот фактор, что карты привязаны к национальной платёжной системе и независимы от санкций. Этот же аргумент приводится в качестве основного на официальном сайте карты. Там же указывается, что «для гарантии безопасности карт применяются самые современные технологии», но на этом список преимуществ карты заканчивается. Вопросы для обсуждения 1. Что послужило стимулом для развития национальной платежной системы в России? 2. Какие решения были приняты по развитию российской платежной системы?
35	ПК-6-В6	Решение практической задачи 6

36	ПК-6-В6	Задача 6 Проанализируйте статью. Сейчас все без исключения отрасли оказались затронуты процессами цифровой трансформации. Digital часто становится не только инструментом развития, но и реанимации бизнеса, когда дела идут не важно. Пример — второй по величине банк Германии, Commerzbank, который столкнулся с большими проблемами в последнее время. По этой причине руководство банка уже анонсировало масштабную реструктуризацию. Ему предстоит проделать довольно сложную работу и сократить около 9600 человек персонала. Но это часть трансформации — новая стратегия «Commerzbank 4.0» базируется на трех основных китах: рост, внедрение цифровых технологий и увеличение эффективности. Commerzbank при этом — не первый и не последний. Например, Банк Ирландии планирует инвестировать 500 млн фунтов (588 млн долларов) в обновление ИТ-инфраструктуры в ближайшие пять лет. Часть этих средств пойдет на перестройку основной банковской платформы: для поддержки клиентов будут созданы новые цифровые каналы, а также разработаны средств продвинутой аналитики данных и сопутствующие решения. Банк намерен таким образом трансформировать как бэк-офис, так и работу с пользователями. Кроме того, голландский банк ING, крупнейший в стране, сокращает 7000 рабочих мест в рамках перестройки на цифровые рельсы, преимущественно в Бельгии и Голлландии, что позволит ему сэкономить 900 млн евро (1,01 млрд долларов) к 2021 году. Конечная цель — выйти на новый уровень сервиса на рынке цифрового банкинга, только на это будет потрачено 800 млн евро. Финансовая индустрия не единственная, кто оказался сильно затронут цифровыми преобразованиями. Под раздачу попали даже производители продуктов питания! Например, компания Danone с более чем 900 млн клиентов по всему миру и оборотом 21 млрд евро считает, что социальные медиа — ключевой компонент цифровой трансформации. Об этом заявил глава по цифровым технологиям компании Том Бентон на одной из конференций по маркетингу. Драматически меняются алгоритмы бизнеса в ритейле, что подогревается как пользовательскими ожиданиями, так и сильной конкуренцией на рынке. Несетевым магазинам приходиться быстро приспосабливаться к онлайн конкурентам и низким ценам, которые они предлагают. Но вне зависимости от размера, ни один розничный торговец не застрахован от краха бизнеса. Вот почему крупнейший итальянский бренд супермаркетов COOPItalia, чья годовая выручка составляет около 15 млрд долларов, активно работает над прототипом «супермаркета будущего», который был показан на выставке в Милане в 2015 году. Как вы можете убедиться, он уже очень близок к производству. Вопрос: Проанализируйте ситуацию, выявите тенденции происходящих изменений. Сформулируйте ваши предложения по развитию ситуации.

7.3 ФОС для промежуточной аттестации:

Задания для оценки знаний.

№	Код результата обучения	Задания
1	ПК-6-З1	Вопросы к экзамену 1-10

2	ПК-6-31	1. Понятие и виды электронного бизнеса, его особенности и основные характеристики. 2. Организация электронного бизнеса в Российской Федерации – правовые основы. 3. Проблемы правового регулирования электронного бизнеса в России. 4. Зарубежный опыт в правовом регулировании электронного бизнеса. 5. Принципы использования электронной подписи и сертификации 6. Юридическая квалификация электронных денег. 7. Разрешение споров в области электронной коммерции. 8. Социальная коммерция, её преимущества и практика развития 9. Облачные вычисления и работа с большими массивами данных. 10. Модель поведения потребителей в Интернете с учетом эффекта неравномерной ценности электронных денег.
3	ПК-6-32	Вопросы к экзамену 11-20
4	ПК-6-32	11. Бизнес - модели в интернет – классификация и динамика. 12. Структура Интернет - рынка и основные бизнес модели. 13. Тренды и прогнозы Интернет - рынка. 14. Исследования и статистические данные по рынку e-commerce. 15. Интернет-торговля в России, проблемы и перспективы. 16. Экосистема digital рынка в России. 17. Электронные финансовые структуры: интернет-банкинг, интернет-страхование, интернет-трейдинг. 18. Финансовые сетевые структуры, их преимущества использования 19. Виртуальные банки и электронный фондовый рынок. 20. Платежные и расчетные системы. Международный опыт.
5	ПК-6-33	Вопросы к экзамену 21-30
6	ПК-6-33	21. Основные понятия и классификация платежных систем. 22. Банковские и небанковские платежные услуги. 23. Регулирование платежных отношений. Правовые аспекты электронных денег. 24. Интеграция платежных систем на мировом финансовом рынке. 25. Национальная платежная система России: проблемы и перспективы развития. 26. Рынок онлайн платежей в России: пользователи и их предпочтения. 27. Понятие виртуальных предприятий, их преимущества и недостатки, формы и типы, процесс их создания. 28. Сущность электронного правительства, фазы трансформации и модели. 29. Архитектура электронного правительства. Трудности и проблемы на пути развития электронного правительства. 30. «Единое окно» системы виртуального предоставления госуслуг в России.
7	ПК-6-34	Вопросы к экзамену 31-40

8	ПК-6-34	31. Понятие электронной коммерции и её значение в современнойэкономике.Отличиеэлектроннойкоммерцииот традиционной торговли. 32. Системы электронной коммерции. Модели организации системы электронной коммерции. 33. Понятие электронный магазин его особенности. Интернет -магазины, их виды и характеристика 34. Организация торгово-технологического процесса в интернет-магазине. 35. Проект, его природа и сущность. Отличия проектной и операционной деятельности. 36. Жизненный цикл проекта и его модели. Участники проекта: окружение проекта. 37. Программное обеспечение управления проектами. 38. Процессы управления интернет - проектами. 39. Планирование электронного бизнеса Разработка бизнес-плана 40. Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса.
9	ПК-6-35	Вопросы к экзамену 41-50
10	ПК-6-35	41. Бизнес-модели и направления электронного бизнеса 42. Бизнес-аналитика как инструмент повышения эффективности интернет-маркетинга. 43. История, область применения, методы и инструменты, системы Web-аналитики. 44. Принципы Web-аналитики. Виды и показатели Web-аналитики. 45. Задачи, решаемые с помощью Web-аналитики. 46. Основные сервисы для бизнес-аналитики. 47. Профессия Web-аналитика. Основные профессиональные компетенции 48. Сущность интернет-маркетинга, его инструменты и основные элементы. 49. Интернет-канал маркетинга и рекламы. Особенности трансформации маркетинга в электронной коммерции. 50. Инновационные способы продвижения продукции в Интернете.
11	ПК-6-36	Вопросы к экзамену 51-60
12	ПК-6-36	51. Преимущества интернет-рекламы, принцип действия. Web -сайт как площадка для рекламы в Интернете. 52. Организация и технологии создания рекламы в интернете. 53. Медийная реклама в Интернете. 54. Понятие сайтпромоутинг, его технологии. 55. Типы рекламных кампаний. Особенности создания креатива. 56. Критерии оценки эффективности. Рекламные форматы. 57. Технология медиа-планирования. 58. Расчет прогнозных показателей. Расчет охвата. 59. Таргетированная реклама Vkontakte, Facebook, Target mail. 60. Контекстная реклама. Avito, Google Adwords,

Задания для оценки умений.

№	Код результата обучения	Задания
1	ПК-6-У1	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Промышленная роботизация Промышленный интернет вещей Виртуальная и дополненная реальность в производстве
2	ПК-6-У1	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Применение больших данных в анализе социально-экономических процессов.
3	ПК-6-У2	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Организация производственной деятельности в Интернет. Виртуальные предприятия. Организация продаж и предоставление услуг в Интернет.
4	ПК-6-У2	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Принципы использования электронной подписи и сертификации.
5	ПК-6-У3	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Методы формирования и анализа целевой аудитории предприятия. Методы позиционирования предприятия на глобальном рынке. Анализ существующих предприятий по сегментам глобального рынка
6	ПК-6-У3	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Экосистема digital рынка в России.
7	ПК-6-У4	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Розничная и оптовая торговля в электронной коммерции. Разработка и поддержка сайтов Торговые площадки
8	ПК-6-У4	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Дистанционное обучение и online-консультации
9	ПК-6-У5	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Банковские и небанковские платежные услуги. Регулирование платежных отношений. Правовые аспекты электронных денег.
10	ПК-6-У5	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Рынок онлайн платежей в России: пользователи и их предпочтения.
11	ПК-6-У6	1. Подготовка аналитического обзора на примере конкретной организации по темам: Оценка уровня автоматизации в промышленности. Пилотирование цифровых решений. Расчет эффектов от цифровых инициатив.
12	ПК-6-У6	2.Выполнение научного исследования на следующую тему: Перспективы применения сквозных технологий на производстве.

Задания, направленные на формирование профессиональных навыков, владений.

№	Код результата обучения	Задания
1	ПК-6-В1	Решение практической задачи 1
2	ПК-6-В1	Задача 1 Проанализируйте статью. По состоянию на 2020 год, одна только компания Google обрабатывает свыше 3,5 млрд поисковых запросов, а YouTube транслирует почти 4,5 миллиона видеороликов. Ежедневно пользователи интернета и социальных сетей генерируют все больше контента и по самому оптимистичному прогнозу, через 5 лет мы достигнем отметки в 463 эксабайта новой информации в день. Только представьте, почти 5 миллиардов ГБ в сутки и это с учетом того, что более половины населения Земли не имеют доступа в интернет! На деле проблемы с хранением данных наблюдаются уже сейчас — современные дата-центры занимают огромные площади, потребляют невиданное количество электроэнергии. Согласно подсчетам, на долю дата-центров приходится чуть больше 1% потребляемого электричества в мире, а человечество расходует свыше 20 000 млрд кВтч. Нужен выход, какой? Правильно, следует плотнее упаковывать информацию, причем не в ущерб надежности, производительности и энергопотреблению. Несколько предложений от ученых уже есть и их разработки не фантастика, а наше ближайшее будущее. Вопрос: Проанализируйте ситуацию, выявите тенденции происходящих изменений. Сформулируйте ваши предложения по развитию ситуации.
3	ПК-6-В2	Решение практической задачи 2
4	ПК-6-В2	Задача 2 Проанализируйте статью. Недавно интернет взорвала новость о нейросети, которая вот уже год тайно делает логотипы в студии дизайна Артемия Лебедева. Компании платили по 100 000 рублей за создание фирменного знака, который для них делал алгоритм. И это лишь крошечная часть того, что умеют нейросети, — совсем скоро они заменят десятки профессий и оставят многих без работы. Футурологи предсказывают, что уже через 10 лет минимум полсотни профессий потихоньку заменят алгоритмы. Под ударом окажутся библиотекари, бухгалтеры, турагенты, кассиры и вообще все, чья работа основана на повторении рутинных операций. Если даже логотип можно поручить нейросети, что можно сказать о налоговой отчётности? Вопрос: Проанализируйте ситуацию, выявите тенденции происходящих изменений. Сформулируйте ваши предложения по развитию ситуации.
5	ПК-6-В3	Решение практической задачи 3

6	ПК-6-В3	Задача 3 Проанализируйте статью. Благодаря облачным сервисам PaaS («платформа как услуга») даже компании без глубокой экспертизы в ИТ могут быстро создавать собственные бизнес-приложения. Разбираемся, как работают такие сервисы и что они дают бизнесу Что такое PaaS и кому это нужно PaaS — самый сложный и интересный сегмент облачных сервисов. Он занимает особое положение между IaaS («инфраструктура как услуга») и SaaS («программное обеспечение как услуга»). Само объяснение того, что такое PaaS и как работают такие сервисы — нетривиальная задача. Принципы IaaS и SaaS, в целом, просты и понятны. IaaS — это процессоры, оперативная память, хранилища данных, только не физические, а виртуальные, создаваемые в дата-центре поставщика облачных услуг. С SaaS все еще проще. Так, например, все веб-приложения — почта, мессенджеры, видео/аудио плееры, навигаторы — это и есть SaaS. Работа приложения выполняется на удаленном сервере, а на экране компьютера, смартфона или планшета пользователя отображается ее результат. Сервисы PaaS работают несколько иначе и носят более комплексный характер. В рамках модели PaaS поставщик дает доступ к облачной среде, в которой можно создавать, тестировать, масштабировать и обновлять собственные приложения. При этом пользователь PaaS-сервисов получает в готовом виде все инструменты, которые нужны для разработки, — операционную систему, промежуточное ПО, базы данных и многое другое. До появления таких сервисов ИТ-командам приходилось самостоятельно выбирать, закупать, настраивать, интегрировать и обслуживать целый набор продуктов. Это длительная, сложная и дорогая работа. Только после ее завершения разработчики могли заняться непосредственно созданием приложений. Теперь почти все необходимое можно найти на одной платформе. Специалистам остается только написать код и протестировать новое приложение. Один из ведущих мировых поставщиков облачных SaaS-решений, компания SaleForce, описывает свою платформу Force.com как Development as a Service, подчеркивая ее полезность для разработки. В этом есть логика: если выбирать между основными вариантами облачных сервисов, то PaaS действительно лучше всего подходит для разработки собственных программных продуктов. В случае с IaaS пользователь получает доступ только к инфраструктуре — хранилищу, сетям, серверу и другим вычислительным мощностям. Прежде чем приступить к созданию продукта, здесь требуется много подготовительной работы. SaaS — это уже готовое приложение, которое может подойти для решения определенной бизнес-задачи, но… может и не подойти. Если представить, что компании нужно не разработать приложение, а приготовить новое блюдо, то по модели PaaS он получил бы хорошо оборудованную кухню с полным набором посуды, продуктов и специй. В рамках IaaS ему бы предоставили помещение с холодильником, плитой и духовкой. А в формате SaaS — уже приготовленный ужин. Таким образом PaaS — это сервис для тех, кто решил «готовить» сам, но не хочет слишком глубоко погружаться в технические детали и тратить время, трудовые и финансовые ресурсы на создание среды разработки. Вопрос: Проанализируйте ситуацию, выявите тенденции происходящих

		изменений. Сформулируйте ваши предложения по развитию ситуации.
7	ПК-6-В4	Решение практической задачи 4
8	ПК-6-В4предлагают	Задача 4 Проанализируйте статью. По мере возникновения новых потребностей у бизнеса облачные платформы наполняются новыми опциями и функциями. «Тенденции, которые мы наблюдаем в PaaS, одновременно и отражают, и определяют непрерывную трансформацию облачных вычислений и цифрового бизнеса», — говорит вице-президент по исследованиям Gartner Ефим Натис. Это означает, что набор доступных на платформах инструментов будет расширяться за счет самых востребованных и перспективных технологий — больших данных, нейросетей, искусственного интеллекта и машинного обучения. Компании смогут использовать их, не погружаясь в тонкости программирования и администрирования. В публичных облаках инфраструктурой пользуются тысячи разных компаний, а управление берет на себя провайдер. Такой подход проще и дешевле для клиента и все чаще используется для разработки и тестирования приложений. Кроме того, крупнейшие операторы облачных сервисов сейчас клиентам мощные облачные вычислительные кластеры для работы с искусственным интеллектом. Они нужны, чтобы оперативно обрабатывать большие и сложные массивы данных, быстро обучать ИИ-модели и запускать на их основе различные решения, базирующихся на машинном и глубоком обучении. Так, в конце 2019 года SberCloud запустила самый мощный в России суперкомпьютер — «Кристофари» — и облачную платформу AI Cloud. На платформе реализовано два важных сервиса — Model Training и Model Inference. Первый позволяет тренировать модели машинного и глубокого обучения на базе «Кристофари». Второй — разворачивать и использовать модели искусственного интеллекта. По сути, они объединяют IaaS (мощности суперкомпьютера) и PaaS (привычные для дата-сайентистов среды разработки и инструменты). И теперь у любой компании, появился доступ к супервычислениям и разработкам на базе ИИ, которые раньше были доступны только крупным корпорациям. Вопрос: Объясните, какие преимущества предоставляют компаниям рассматриваемые в кейсе новые технологии. Есть ли недостатки у описываемых технологиях?
9	ПК-6-В5	Решение практической задачи 5

10	ПК-6-В5	Задача 5 Проанализируйте статью. Развитие российской платежной системы «МИР» В конце марта 2014 года две крупнейшие в мире платежные системы — Visa и MasterCard — без предварительного уведомления заблокировали операции банка «Россия», СМП банка и «Собинбанка». Это произошло всего через неделю после референдума о статусе Крыма, за которым последовали первые санкции американских властей в отношении России. Ситуация грозила парализовать работу российских банков, поэтому реакция последовала оперативно. Уже 5 мая 2014 года президент РФ Владимир Путин подписал закон о создании в России альтернативной системы, оператором которой стала «Национальная система платежных карт» (НСПК). Было объявлено, что на ее процессинг со временем будут обязаны перейти все присутствующие в стране платежные системы, включая те же Visa и MasterCard. Фактически перевод всех транзакций внутрироссийских операций двух гигантов завершился летом 2015 года. Спустя год после объявления о создании НСПК, полный контроль над которой получил Центробанк, новой платежной системе дали название «Мир». Еще через полгода, в декабре 2015 года, семь российских банков выпустили первые карты. Эмитентами «Мира» стали Газпромбанк, МДМ, Московский индустриальный банк, РНКБ Банк, «Россия», «Связь-Банк» и СМП Банк. По данным самой платежной системы, к концу мая 2018 года к ней присоединились более 340 российских банков, половина из которых выпускает собственные карты «Мир». За 2,5 год существования системы было выпущено уже 35 млн карт. Рассказам о плюсах и минусах использования национальной карты посвящена не одна ветка комментариев на странице информагентства «Банки.Ру». На форуме портала отдельный раздел посвящён минусам «Мира». В последних комментариях пользователи высказывают к ней несколько основных претензий: принудительное навязывание системы бюджетникам, ограниченное количество торговых точек, в которых карту принимают к оплате, отсутствие спецсервисов, присущих международным платёжным системам (PayPass, MoneySend), отсутствие страховок и услуги консьерж. Ещё одним минусом «Мира» называют то, что стоимость её годового обслуживания сопоставима с картами международных платёжных систем, но не сравнима с количеством предоставляемых услуг. Из плюсов называется опять же тот фактор, что карты привязаны к национальной платёжной системе и независимы от санкций. Этот же аргумент приводится в качестве основного на официальном сайте карты. Там же указывается, что «для гарантии безопасности карт применяются самые современные технологии», но на этом список преимуществ карты заканчивается. Вопросы для обсуждения 1. Что послужило стимулом для развития национальной платежной системы в России? 2. Какие решения были приняты по развитию российской платежной системы?
11	ПК-6-В6	Решение практической задачи 6

12	ПК-6-В6	Задача 6 Проанализируйте статью. Сейчас все без исключения отрасли оказались затронуты процессами цифровой трансформации. Digital часто становится не только инструментом развития, но и реанимации бизнеса, когда дела идут не важно. Пример — второй по величине банк Германии, Commerzbank, который столкнулся с большими проблемами в последнее время. По этой причине руководство банка уже анонсировало масштабную реструктуризацию. Ему предстоит проделать довольно сложную работу и сократить около 9600 человек персонала. Но это часть трансформации — новая стратегия «Commerzbank 4.0» базируется на трех основных китах: рост, внедрение цифровых технологий и увеличение эффективности. Commerzbank при этом — не первый и не последний. Например, Банк Ирландии планирует инвестировать 500 млн фунтов (588 млн долларов) в обновление ИТ-инфраструктуры в ближайшие пять лет. Часть этих средств пойдет на перестройку основной банковской платформы: для поддержки клиентов будут созданы новые цифровые каналы, а также разработаны средств продвинутой аналитики данных и сопутствующие решения. Банк намерен таким образом трансформировать как бэк-офис, так и работу с пользователями. Кроме того, голландский банк ING, крупнейший в стране, сокращает 7000 рабочих мест в рамках перестройки на цифровые рельсы, преимущественно в Бельгии и Голлландии, что позволит ему сэкономить 900 млн евро (1,01 млрд долларов) к 2021 году. Конечная цель — выйти на новый уровень сервиса на рынке цифрового банкинга, только на это будет потрачено 800 млн евро. Финансовая индустрия не единственная, кто оказался сильно затронут цифровыми преобразованиями. Под раздачу попали даже производители продуктов питания! Например, компания Danone с более чем 900 млн клиентов по всему миру и оборотом 21 млрд евро считает, что социальные медиа — ключевой компонент цифровой трансформации. Об этом заявил глава по цифровым технологиям компании Том Бентон на одной из конференций по маркетингу. Драматически меняются алгоритмы бизнеса в ритейле, что подогревается как пользовательскими ожиданиями, так и сильной конкуренцией на рынке. Несетевым магазинам приходиться быстро приспосабливаться к онлайн конкурентам и низким ценам, которые они предлагают. Но вне зависимости от размера, ни один розничный торговец не застрахован от краха бизнеса. Вот почему крупнейший итальянский бренд супермаркетов COOPItalia, чья годовая выручка составляет около 15 млрд долларов, активно работает над прототипом «супермаркета будущего», который был показан на выставке в Милане в 2015 году. Как вы можете убедиться, он уже очень близок к производству. Вопрос: Проанализируйте ситуацию, выявите тенденции происходящих изменений. Сформулируйте ваши предложения по развитию ситуации.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) **основная литература:**

1. Воронов, М. В. Автоматическое управление. Управление организационными системами. Цифровые платформы : учебник для вузов / М. В. Воронов, В. И. Пименов, И. А. Небаев. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19845-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/569236
2. Гаврилов, Л. П. Цифровой бизнес : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17869-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/568755
3. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560846
4. Горелов, Н. А. Цифровая экономика и информационное общество : учебник для вузов / Н. А. Горелов, О. Н. Кораблева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 328 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18432-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/558666
5. Конягина, М. Н. Основы цифровой экономики : учебник и практикум для вузов / М. Н. Конягина ; ответственный редактор М. Н. Конягина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 240 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21494-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/573695

б) **дополнительная литература:**

1. Грибанов, Ю. И. Цифровая трансформация бизнеса : учебное пособие / Ю. И. Грибанов, М. Н. Руденко. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2025. — 213 с. — ISBN 978-5-394-06037-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/144176.html
2. Дерябина, Г. Г. Цифровая трансформация бизнеса: модели, коммуникации, образование : научный альманах / Г. Г. Дерябина, Н. В. Трубникова. — Москва : Дашков и К, 2024. — 220 с. — ISBN 978-5-394-05708-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/150204.html
3. Информационные системы управления производственной компанией : учебник и практикум для вузов / под редакцией Н. Н. Лычкиной. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 241 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00764-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560080
4. Личность в цифровой экономике: от психологической теории к бизнес-практике [Электронный ресурс]: монография/ Е.В. Камнева [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Прометей, 2025.— 200 с.— Режим доступа: https://ipr-smart.ru/153508.— IPR SMART, по паролю
5. Прохоров, А. Н. Работа в современном офисе : учебное пособие / А. Н. Прохоров. — 4-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 390 с. — ISBN 978-5-4497-0874-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/146390.html (дата обращения: 03.09.2025).

6. Филимонов, И. С. Отличительные черты цифровой экономики: возможности и угрозы, цифровая трансформация, метрологическое обеспечение и стандартизация / И. С. Филимонов, А. Д. Иванов, К. Ю. Федорченко. — Москва : Академия стандартизации, метрологии и сертификации, 2025. — 45 с. — ISBN 978-5-93088-240-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/152463.html
7. Цифровая экономика : учебник для вузов / Л. А. Каргина, С. Л. Лебедева, О. Е. Михненко [и др.] ; под редакцией Л. А. Каргиной. — 2-е изд. — Москва : Прометей, 2024. — 380 с. — ISBN 978-5-00172-653-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/153753.html

9. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЛЕКТОВ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМОГО ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении учебной дисциплины (в том числе в интерактивной форме) предполагается применение современных информационных технологий. Комплект программного обеспечения для их использования включает в себя:

пакеты офисного программного обеспечения Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), OpenOffice;

веб-браузер (Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer др.);

электронную библиотечную систему IPRBooks;

систему размещения в сети «Интернет» и проверки на наличие заимствований курсовых, научных и выпускных квалификационных работ «ВКР-ВУЗ.РФ».

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио обучающегося используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть Интернет http://lk.rosnou.ru).

10. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

https://msp.economy.gov.ru Мой бизнес – государственная цифровая платформа поддержки предпринимательства

https://creativeconomy.ru/journals/mmde Журнал «Маркетинг-Менеджмент в цифровой экономике»

http://www.iprbookshop.ru Учебные издания из Электронно-библиотечной системы IPRbooks

11. ОБУЧЕНИЕ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Изучение учебной дисциплины обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 9 ноября 2015 г. № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи» (с изменениями и дополнениями), Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденными Министерством образования и науки РФ 08.04.2014г. № АК-44/05вн, Положением об организации обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, утвержденным приказом ректора Университета от 6 ноября

2015 года №60/о, Положением о Центре инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет», утвержденного приказом ректора от 20 мая 2016 года № 187/о.

Лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды обеспечиваются электронными образовательными ресурсами, адаптированными к состоянию их здоровья.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации на основании просьбы, выраженной в письменной форме.

С обучающимися по индивидуальному плану или индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

12. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для проведения лекций и семинарских занятий используются аудитория №28:

- Персональный компьютер: 1 шт.
- Монитор: 1 шт.
- Переносной проектор.
- Переносной экран.
- Меловая магнитная доска
- Учебно-наглядные пособия

Рабочие места студентов:

- столы ученические: 24 шт.
- стулья: 48 шт.

Рабочее место преподавателя:

- стол письменный: 1 шт.
- стул: 1 шт