



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»**

**INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Принята на заседании  
Учёного совета ИМЭС  
(протокол от 27 апреля 2023 г. № 9)

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова  
27 апреля 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В**  
**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

по направлению подготовки  
38.03.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль)  
«Информационные технологии в бизнесе»

*Приложение 4*  
*к основной профессиональной образовательной программе*  
*по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика,*  
*направленность (профиль) «Информационные технологии в бизнесе»*

Рабочая программа дисциплины «Информационные технологии в предпринимательской деятельности» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, направленность (профиль) «Информационные технологии в бизнесе» и предназначена для обучающихся очной и очно-заочной форм обучения.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования.....	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	5
5. Содержание дисциплины.....	6
6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	7
7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	8
8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к промежуточной аттестации	10
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	18
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	19
11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины .....	19
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....	22

## 1. Цель и задачи дисциплины

**Цель дисциплины «Информационные технологии в предпринимательской деятельности»** – формирование у обучающихся целостного представления об информационных технологиях, используемых современным бизнесом, и понимания экономических и управленческих аспектов использования информационных систем в своей профессиональной деятельности.

### **Задачи изучения дисциплины:**

- сформировать у обучающихся знания об информационных технологиях, основных типах цифровых платформ, используемых предприятием;
- научиться анализировать исходную документацию; систематизировать и обобщать информацию; применять знания основ информационных технологий при подготовке коммерческого предложения; выбирать соответствующие цифровые решения для реализации коммерческой деятельности;
- сформировать навыки использования технологий подготовки электронных документов, поддержки и электронного сопровождения коммерческих сделок и работы с цифровыми платформами для реализации коммерческой деятельности предприятия.

## 2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Информационные технологии в предпринимательской деятельности» входит в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, направленность (профиль) «Информационные технологии в бизнесе».

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

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 7 зачётных единиц, всего – 252 часа.

Вид учебной работы	Всего часов	
	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
<b>Контактная работа с преподавателем (всего)</b>	<b>84</b>	<b>18</b>
В том числе:		
Занятия лекционного типа	42	12
Занятия семинарского типа, в том числе:	42	6
Семинары	34	-
Практические занятия в форме практической подготовки	8	6
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>141</b>	<b>207</b>
<b>Контроль</b>	<b>27</b>	
Форма контроля	Зачет с оценкой, экзамен, курсовая работа	
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	<b>252</b>	

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

Код и наименование компетенции(ий) выпускника <sup>1</sup>	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p><b>ПК-2</b> Способен оказывать инженерно-техническую поддержку подготовки коммерческого предложения</p>	<p>ИПК2.1. Ориентируется в инженерно-технической документации при подготовке коммерческого предложения. ИПК 2.2. Осуществляет инженерно-техническую поддержку в процессе подготовки коммерческого предложения</p>	<p><b>Знать:</b> основы информационных технологий. <b>Уметь:</b> применять знания основ информационных технологий при подготовке коммерческого предложения. <b>Владеть:</b> навыком поддержки и электронного сопровождения коммерческих сделок.</p>
<p><b>ПК-5</b> Способен управлять контентом предприятия в Интернет-ресурсах, поддерживать процессы разработки, модернизации и продвижения сайта</p>	<p>ИПК 5.1 Демонстрирует понимание сути процессов и знание методов разработки, модернизации и продвижения сайтов. ИПК 5.2 Участствует в процессе управления контентом предприятия в Интернет-ресурсах, применяя основные процессы и методы разработки сайтов.</p>	<p><b>Знать:</b> основные типы цифровых платформ, используемых предприятием. <b>Уметь:</b> выбирать соответствующие цифровые решения для реализации коммерческой деятельности. <b>Владеть:</b> навыками работы с цифровыми платформами для реализации коммерческой деятельности предприятия.</p>

<sup>1</sup> Для универсальных компетенций указывается также наименование группы компетенций

## 5. Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
<b>5 семестр</b>	
Тема 1. Основные понятия информационных технологий	Понятие и значение информационных технологий в современном мире. Историческое развитие информационных технологий. Виды и классификация информационных технологий. Базовые составляющие IT-инфраструктуры. Влияние IT на развитие предпринимательства. Актуальные тенденции в области информационных технологий
Тема 2. Информационные технологии и системы в коммерческой деятельности	Современные системы подготовки и обработки документов. Анализ данных и бизнес-аналитика. Веб-технологии для продвижения коммерческих предложений. Программные средства для создания мультимедийных материалов. Обзор современных инструментов и сервисов для подготовки коммерческих предложений. Информационные системы в предпринимательской деятельности.
Тема 3. Электронное сопровождение коммерческих сделок	Понятие и виды коммерческих сделок. Электронный документооборот коммерческих сделок. Управление сделками и контрактами в электронном виде. Анализ и контроль коммерческих сделок с использованием IT. Электронные платежи. Электронные платежные системы. Правовые основы, регулирующие коммерческую деятельность. Информационная безопасность в коммерческой деятельности.
<b>6 семестр</b>	
Тема 4. Электронный бизнес и цифровые платформы	Понятие и эволюция электронной коммерции/электронной торговли. Типы электронных коммерческих платформ. Принцип работы и преимущества онлайн-магазинов. Платформы для электронной коммерции. Мобильная коммерция и её особенности. Мобильные решения в оптовой торговле и логистике.
Тема 5. Цифровой маркетинг и социальные медиа	Понятие цифрового маркетинга. Инструменты и методы цифрового маркетинга. Роль социальных медиа в маркетинговых стратегиях. Создание контента для цифровых платформ. Мобильный контент. Анализ и оценка эффективности маркетинга в интернете. Кроссплатформенные маркетинговые кампании.
Тема 6. Программное обеспечение для бизнеса	Основные виды бизнес-программного обеспечения. Системы управления отношениями с клиентами (CRM). Программное обеспечение для планирования ресурсов предприятия (ERP). Программные решения для финансового и бухгалтерского учета. Облачные технологии и SaaS (Software as a Service) решения. Лицензирование программного обеспечения.

**6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**Очная форма обучения**

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Семинары	Практ. занятия в форме практ. подготовки		
<b>5 семестр</b>						
1.	Основные понятия информационных технологий	4	2	-	20	26
2.	Информационные технологии и системы в коммерческой деятельности	5	4	2	30	41
3.	Электронное сопровождение коммерческих сделок.	5	4	2	30	41
<b>ИТОГО:</b>		<b>14</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>80</b>	<b>108</b>
<b>6 семестр</b>						
4.	Электронный бизнес и цифровые платформы	12	10	-	24	46
5.	Цифровой маркетинг и социальные медиа	10	8	2	22	42
6.	Программное обеспечение для бизнеса	6	6	2	15	29
<b>Контроль:</b>						<b>27</b>
<b>ИТОГО:</b>		<b>28</b>	<b>24</b>	<b>4</b>	<b>61</b>	<b>144</b>

**Очно-заочная форма обучения**

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоятельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Практ. занятия в форме практ. подготовки		
<b>5 семестр</b>					
1.	Основные понятия информационных технологий	2	-	20	22
2.	Информационные технологии и системы в коммерческой деятельности	2	1	40	43
3.	Электронное сопровождение коммерческих сделок.	2	1	40	43

<b>ИТОГО:</b>		<b>6</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>108</b>
<b>6 семестр</b>					
4.	Электронный бизнес и цифровые платформы	2	-	40	42
5.	Цифровой маркетинг и социальные медиа	2	2	40	44
6.	Программное обеспечение для бизнеса	2	2	27	31
<b>Контроль:</b>					<b>27</b>
<b>ИТОГО:</b>		<b>6</b>	<b>4</b>	<b>107</b>	<b>144</b>

### **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Самостоятельная работа является одним из основных видов учебной деятельности, составной частью учебного процесса и имеет своей целью: глубокое усвоение материала дисциплины, совершенствование и закрепление навыков самостоятельной работы с литературой, рекомендованной преподавателем, умение найти нужный материал и самостоятельно его использовать, воспитание высокой творческой активности, инициативы, привычки к постоянному совершенствованию своих знаний, к целеустремленному научному поиску.

Контроль самостоятельной работы, является важной составляющей текущего контроля успеваемости, осуществляется преподавателем во время занятий лекционного и семинарского типов и обеспечивает оценивание хода освоения изучаемой дисциплины.

#### **Вопросы для самостоятельного изучения**

##### **5 семестр**

1. Основные виды информационных технологий и их применение в бизнесе.
2. Роль информационных систем в управлении бизнесом.
3. Цифровая трансформация бизнеса: стратегия и практика.
4. Применение больших данных (Big Data) в принятии бизнес-решений.
5. Интернет вещей (IoT) в бизнесе: перспективы и примеры использования.
6. Искусственный интеллект и машинное обучение в бизнесе.
7. Автоматизация бизнес-процессов: инструменты и эффекты.
8. Электронный документооборот: преимущества и проблемы внедрения.
9. Электронное сопровождение продаж и обслуживания клиентов.
10. Кибербезопасность в современном бизнесе: основные инструменты и методы защиты данных.

##### **6 семестр**

1. Электронная коммерция: типы, инструменты и стратегии развития.
2. Мобильные технологии в бизнесе: возможности и вызовы.
3. Влияние социальных сетей на предпринимательскую деятельность: маркетинг и коммуникации.
4. Управление проектами с использованием ИТ-инструментов: методологии и системы.
5. Аналитические инструменты и методы для бизнес-анализа.
6. ERP-системы: назначение, виды и особенности внедрения.
7. CRM-системы и их влияние на управление взаимоотношениями с клиентами.



8. Примеры облачных платформ и их применение.
9. Взаимосвязь информационных технологий и бизнеса: роль ИТ-менеджера.
10. Этические и правовые аспекты использования информационных технологий в бизнесе.

### **Примерные темы рефератов (докладов)**

#### **5 семестр**

1. Роль информационных технологий в современном бизнесе.
2. Кибербезопасность в предпринимательской деятельности: основные угрозы и методы защиты.
3. Эволюция электронного бизнеса и его влияние на глобальный рынок.
4. Блокчейн в бизнесе: перспективы и вызовы.
5. Интернет вещей (IoT) и его применение в предпринимательской деятельности.
6. Большие данные (Big Data): анализ и применение в бизнесе.
7. Облачные технологии и их значение для бизнеса.
8. Автоматизация бизнес-процессов: инструменты и методы.
9. Использование искусственного интеллекта в предпринимательской деятельности.
10. Социальные медиа как инструмент маркетинга и общения с клиентами.
11. Технологические стартапы: от идеи до реализации.
12. Влияние информационных технологий на управление человеческими ресурсами.

#### **6 семестр**

1. Электронная коммерция: современные тенденции и перспективы развития.
2. Риски и угрозы использования ИТ в бизнесе и способы их преодоления.
3. Мобилизация бизнеса: применение мобильных технологий.
4. Системы управления проектами на основе информационных технологий
5. Виртуальная и дополненная реальность (VR/AR) в бизнесе: возможности и перспективы.
6. Технологии машинного обучения и их применение в различных отраслях бизнеса.
7. Роль информационных технологий в логистике и управлении цепями поставок.
8. Электронные платежные системы и их влияние на современные финансовые услуги.
9. Этика и безопасность данных в цифровом бизнесе.
10. Умные города и их влияние на развитие бизнеса.
11. Влияние информационных технологий на финансовый сектор.

### **Распределение самостоятельной работы**

Виды, формы и объемы самостоятельной работы студентов при изучении данной дисциплины определяются ее содержанием и отражены в следующей таблице:

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Вид самостоятельной работы	Объем самостоятельной работы	
			очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
<b>5 семестр</b>				
1.	Основные понятия информационных технологий	Работа с литературой, выполнение заданий, написание рефератов, подготовка докладов	20	20
2.	Информационные технологии и системы в коммерческой деятельности	Работа с литературой, выполнение заданий, написание рефератов, подготовка докладов	30	40
3.	Электронное сопровождение коммерческих сделок	Работа с литературой, выполнение заданий, написание рефератов, подготовка докладов	30	40
<b>ИТОГО</b>			<b>80</b>	<b>100</b>
<b>6 семестр</b>				
4.	Электронный бизнес и цифровые платформы	Работа с литературой, выполнение заданий, написание рефератов, подготовка докладов	24	40
5.	Цифровой маркетинг и социальные медиа	Работа с литературой, выполнение заданий, написание рефератов, подготовка докладов	22	40
6.	Программное обеспечение для бизнеса	Работа с литературой, выполнение заданий, написание рефератов, подготовка докладов	15	27
<b>ИТОГО</b>			<b>61</b>	<b>107</b>

## 8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к промежуточной аттестации

### 8.1. Перечень вопросов для подготовки к зачету с оценкой

1. Роль информационных технологий в современном обществе.
2. Влияние ЭВМ на развитие информационных технологий.
3. Развитие сетевых технологий и интернета.
4. Классификация информационных технологий по области применения.
5. Отличие операционной системы от прикладного программного обеспечения.
6. Компоненты, учитываемые при создании корпоративной ИТ-инфраструктуры.
7. Системы хранения данных.
8. Повышение эффективности бизнес-процессов с помощью информационных технологий.
9. Автоматизация в управлении предприятием.
10. Роль машинного обучения в современных ИТ.
11. Основные функции информационных систем.
12. Участие информационных систем в принятии решений.

13. Особенности информационных систем в производственной сфере.
14. Популярные информационные системы, используемые в розничной торговле.
15. Роль базы данных в информационных системах.
16. Инструменты, обеспечивающие безопасность данных в информационных системах.
17. Программные компоненты составляющие основу информационных систем.
18. Основные этапы жизненного цикла информационной системы.
19. В чем заключается важность этапа поддержания информационной системы.
20. Автоматизация продаж с помощью информационных систем.
21. Информационные системы, востребованные в маркетинговой деятельности.
22. Технологии, используемые в информационных системах мобильной торговли.
23. Инструменты аналитики, применяющиеся в информационных системах мобильной торговли.
24. Программное обеспечение, наиболее часто используемое для обработки текстов.
25. Технологии, поддерживающие автоматизацию обработки документов.
26. Процесс анализа данных.
27. Роль бизнес-аналитика в принятии управленческих решений.
28. Веб-технологии способные продвигать коммерческие предложения.
29. Использование SEO-стратегии для увеличения видимости в интернете.
30. Способы внедрения информационных систем в предпринимательскую деятельность.
31. Информационные системы, обеспечивающие конкурентное преимущество для предпринимателей.
32. Современные инструменты, используемые в подготовке коммерческих предложений.
33. Популярные сервисы для облачного хранения и совместной работы над документами.
34. Понятие коммерческая сделка.
35. Виды коммерческих сделок.
36. Использование электронных документов в коммерческих сделках.
37. Системы, используемые для обеспечения электронного документооборота.
38. ИТ-решения, используемые в управлении сделками в электронном виде.
39. Системы управления контрактами, обеспечивающие автоматизацию процесса.
40. Преимущества информационных технологий, используемые для контроля коммерческих сделок.
41. Виды электронных платежных систем.
42. Преимущества электронных платежей для бизнеса.
43. Правовые акты, регулирующие электронную коммерцию.
44. Использование информационных технологий при соблюдении норм и правил коммерческой деятельности.
45. Основные методы защиты коммерческой информации.
46. Стандарты и сертификации, используемые в области информационной безопасности для бизнеса.

## **8.2. Перечень вопросов для подготовки к экзамену**

1. Понятие и эволюция электронной коммерции/электронной торговли.
2. Перспективы развития электронной коммерции в будущем
3. Типы электронных коммерческих платформ.
4. Платформы электронной коммерции B2B (Business-to-Business).
5. Платформы электронной коммерции C2C (Consumer-to-Consumer).
6. Принцип работы и преимущества онлайн-магазинов.

7. Технологии, используемые для улучшения пользовательского опыта в онлайн-магазинах.
8. Инновации в логистике и доставке для онлайн-торговли.
9. Платформы для электронной коммерции.
10. Платформы для создания нишевых и специализированных онлайн-магазинов.
11. Сравнение самописных платформ и SaaS-решений для электронной коммерции.
12. Мобильная коммерция и её особенности.
13. Развитие мобильных платежных систем.
14. Влияние 5G на мобильную коммерцию.
15. Мобильные решения в оптовой торговле и логистике.
16. Использование RFID и GPS технологий в логистике.
17. Виртуальные и дополненные реальности в складском хозяйстве.
18. Понятие цифрового маркетинга.
19. История и развитие цифрового маркетинга.
20. Отличия цифрового маркетинга от традиционного маркетинга.
21. Инструменты и методы цифрового маркетинга.
22. Метрики и KPI в цифровом маркетинге.
23. Лучшая практика автоматизации маркетинга.
24. Роль социальных медиа в маркетинговых стратегиях.
25. Стратегии органического роста в социальных медиа.
26. Платные рекламные кампании в социальных сетях.
27. Создание контента для цифровых платформ. Мобильный контент.
28. Адаптация видео контента для мобильных устройств.
29. Интерактивный контент и его роль в цифровом маркетинге.
30. Анализ и оценка эффективности маркетинга в интернете.
31. Использование A/B тестирования в цифровом маркетинге.
32. Визуализация данных и отчетность в маркетинге.
33. Кроссплатформенные маркетинговые кампании.
34. Оптимизация кроссплатформенных кампаний.
35. Координация маркетинговых сообщений на разных платформах.
36. Основные виды бизнес-программного обеспечения.
37. Влияние современного программного обеспечения на продуктивность бизнеса.
38. Интеграция различных видов бизнес-программного обеспечения.
39. Системы управления отношениями с клиентами (CRM).
40. Обзор популярных CRM-систем на рынке.
41. Внедрение CRM: проблемы и решения.
42. Программное обеспечение для планирования ресурсов предприятия (ERP).
43. Преимущества и недостатки внедрения ERP-систем.
44. Тренды и новинки в области ERP.
45. Программные решения для финансового и бухгалтерского учета.
46. Сравнение облачных и локальных решений для бухгалтерского учета.
47. Роль искусственного интеллекта в финансовом учете.
48. Облачные технологии и SaaS (Software as a Service) решения.
49. Безопасность данных в облачных решениях.
50. Влияние облачных технологий на малый и средний бизнес.
51. Лицензирование программного обеспечения.
52. Влияние лицензирования на развитие программного обеспечения и инновации.

### **8.3. Типовые задания для оценки знаний**

1. Цифровые технологии в коммерческой деятельности представляют:
  - а) передовые технические инновации на основе обработки данных цифровой;

- б) технологии, которые применяются только в информационных технологиях;
- в) технические инновации, основанные только на использовании аналоговых сигналов;
- г) комплексная система практик, применяемых для разработки и эксплуатации цифровых устройств и решений.

2. Понятие «коммерческая деятельность» означает:

- а) деятельность, связанная с производством и продажей товаров или услуг с целью получения прибыли;
- б) деятельность, направленная на обслуживание общественных нужд без получения прибыли;
- в) деятельность, связанная с предоставлением волонтерской помощи безвозмездно;
- г) деятельность, направленная на достижение целей и удовлетворение потребностей клиентов.

3. Выберите технологии, которые не относятся к информационным технологиям, используемым в коммерческой деятельности.

- а) электронные платежные системы;
- б) электронная цифровая подпись;
- в) электронный платеж;
- г) компьютерные распределительные системы DNS;
- д) электронный документооборот.

4. Категория G2B в электронной коммерции означает:

- а) бизнес-клиенты – бизнес;
- б) бизнес-клиенты – государственные организации;
- в) бизнес-клиенты – административные органы;
- г) государство – бизнес.

5. Маркетплейс как электронно-торговая площадка представляет собой ...

- а) физическое место для торговли товарами и услугами;
- б) электронную платформу, где продавцы предлагают свои товары и услуги через Интернет;
- в) специализированную площадку для аукционов и торговли акциями;
- г) систему обмена товаров и услуг между пользователями без участия продавцов.

6. Вид интернет-маркетинга, который использует поисковые системы для привлечения трафика на сайте, называется ...

- а) SMM;
- б) SEO;
- в) SEM;
- г) E-mail-маркетинг.

#### **8.4. Типовые задания для оценки умений**

**Задание 1.** Выберите оптимальную информационную систему для управления взаимоотношениями с клиентами (CRM).

Проведите сравнительный анализ трех различных CRM-систем на основе критериев, таких как функциональность, стоимость, простота использования и адаптация для вашего бизнеса. Подготовьте коммерческое предложение по выбору наиболее подходящей CRM-системы для воображаемой компании, занятой розничными продажами.

**Задание 2.** Проведите сравнительный анализ популярных платформ для электронной коммерции (Shopify, WooCommerce, Magento и т.д.), оцените их функциональность, стоимость, удобство использования и возможности для масштабирования. Ответ аргументируйте.

**Задание 3.** Выберите веб-сайт одной из бирж категории B2B, например товарно-сырьевой биржи РСТБ. Проанализируйте основные особенности и функционал торговой площадки. Составьте отчет о полученных результатах.

**Задание 4.** Компания, занимающаяся электронной коммерцией, планирует расширить свои торговые операции путем интеграции цифровых платформ. Необходимо разработать стратегию внедрения и использования данных платформ, чтобы улучшить клиентский опыт, повысить оперативную эффективность и увеличить доходы.

Проанализируйте существующие цифровые платформы, наиболее подходящие для интеграции в электронный бизнес. Выберите три наиболее распространенные платформы и выполните их сравнительный анализ по следующим критериям:

- Функциональные возможности
- Уровень безопасности
- Стоимость внедрения и обслуживания
- Простота интеграции с имеющейся системой электронной коммерции
- Пользовательский интерфейс и удобство использования

Обоснуйте свой выбор, указывая преимущества и недостатки каждой платформы.

## 8.5. Типовые задания для оценки навыков

**Задание 1.** Компания занимается производством и продажей модной одежды. Руководство приняло решение о расширении ассортимента товаров и выпуске новой линии одежды для активного отдыха.

**Описание продукта:**

**Название продукта:** AX Performance

**Тип одежды:** Линия одежды для активного отдыха

**Ассортимент:** Спортивные костюмы, футболки, шорты, леггинсы, куртки, аксессуары (шапки, повязки, рюкзаки)

**Характеристики:**

**Материалы:** Влагоотводящие и дышащие ткани, легкие и эластичные материалы, защитные и утепленные вставки для комфорта в различных климатических условиях

**Технологии:** Антибактериальная и антимикробная обработка, защита от ультрафиолетовых лучей, рефлексивные элементы для безопасности при ночных занятиях спортом

**Дизайн:** Современные и стильные решения, разнообразие цветовых схем, соответствие модным трендам.

Разработайте коммерческое предложение, включающее идею нового продукта, его характеристики, целевую аудиторию, а также план развития нового направления, основанный на анализе конкурентной среды, используя информационные технологии для анализа и подготовки данного предложения.

**Задание 2.** Электронного сопровождения коммерческих сделок (ЭСКС).

Компания специализируется на дистрибуции электроники и бытовой техники. Она внедряет систему электронного сопровождения коммерческих сделок (ЭСКС), которая позволит автоматизировать и оптимизировать процессы купли-продажи, улучшить контроль за выполнением обязательств, а также обеспечить безопасность и сохранность данных. Рассмотрите существующие технологии для ЭСКС, разработайте концепцию внедрения системы и укажите ее преимущества с точки зрения ведения бизнеса.

**Данные для разработки концепции:**

**Текущие бизнес-процессы:**

Основные процессы: Закупка товаров, управление заказами клиентов, логистика, бухгалтерский учет.

Системы: Используются ERP SAP, CRM Salesforce, система управления складом (WMS).

**ИТ-инфраструктура:**

Серверное оборудование: В собственной серверной компании, работают на базе Linux.

Сеть: Высокоскоростные локальные сети, защищенные VPN для удаленного доступа.

**Задание 3.** В процессе интернет-маркетингового исследования был проведен анонимный опрос потенциальных покупателей интернет-магазина «Озон». Проанализируйте полученную информацию, составьте аналитическую таблицу в MS Excel для подсчёта количественных показателей, используя автоматические формулы.

Участниками интернет-маркетингового исследования стали 300 человек - целевая аудитория интернет-магазина «Озон» в городах: Волгограде, Саратове, Ульяновске. В процессе исследования для определения лояльности целевой аудитории интернет-магазина «Озон» было опрошено: в городе Волгограде - 110 человек, в Саратове – 128 человек, в Ульяновске – 62 человека. Из них 235 человек отдают предпочтение покупкам в интернет-магазине «Озон», а остальные 65 предпочитают другие интернет-магазины.

Таблица 1.

Город	Предпочтения	Частота посещений	Удовлетворённость
Волгоград	«Озон» - 87 чел. др. интернет-магазины – 23 чел.	2 раза в неделю – 30 чел.; Каждый день – 23 чел.; 1 раз в неделю – 19 чел.; Раз в месяц – 15 чел.	Нравится – 62 чел. Не устраивает – 25 чел.
Саратов	«Озон» - 98 чел. др. интернет-магазины – 31 чел.	2 раза в неделю – 40 чел.; Каждый день – 36 чел.; 1 раз в неделю – 17 чел.; Раз в месяц – 5 чел.	Нравится – 55 чел. Не устраивает – 43 чел.
Ульяновск	«Озон» - 50 чел. др. интернет-магазины – 12 чел.	2 раза в неделю – 10 чел.; Каждый день – 5 чел.; 1 раз в неделю – 8 чел. Раз в месяц – 25 чел.	Нравится – 20 чел. Не устраивает – 30 чел.

Для подведения итогов интернет-маркетингового исследования, необходимо определить показатели лояльности потенциальных покупателей к бренду «Озон». Используя данные маркетингового исследования, создайте таблицы в MS Excel с ячейками, указанными в Таблице 2.1 и Таблице 2.2.

Применяя формулы MS Excel, рассчитайте количество лояльных и нелояльных покупателей, а также процент лояльности/отсутствия лояльности.

Для расчета количества лояльных и нелояльных покупателей необходимо подсчитать среднее значение показателей покупателей, отдающих предпочтение интернет-магазину, количеству посещений, удовлетворенности обслуживанием.

Для расчета процента лояльности необходимо количество лояльных или нелояльных покупателей разделить на общее количество опрошенных и умножить на 100%.

Таблица 2.1.

Город	Кол-во опрошенных	Отдают предпочтение интернет-магазину «Озон»	Посещают 2 раза в неделю и более	Нравится обслуживание	Кол-во лояльных потребителей	% положительной лояльности
Волгоград						
Саратов						
Ульяновск						

Таблица 2.2.

Город	Кол-во опрошенных	Отдают предпочтение другим интернет-магазинам	Посещают 1 раз и неделю и менее	Не устраивает обслуживание	Кол-во нелояльных потребителей	% отрицательной лояльности
Волгоград						
Саратов						
Ульяновск						

**Задание 4.** Вам как специалисту в сфере информационных технологий дали задание проверить работу небольшого предприятия, занимающегося торговлей бытовой техники. Для решения задачи вам необходимо провести учёт финансово-хозяйственной деятельности предприятия за январь прошедшего года. Используя программные решения для финансового и бухгалтерского учета, обработайте информацию и составьте отчет.

**Входные данные для учета за январь:**

**Покупка товаров:**

10 января приобретены холодильники у поставщика «ОАО Холод» на сумму 150,000 руб. (включая НДС).

15 января приобретены стиральные машины у поставщика «ООО Мойка» на сумму 200,000 руб. (включая НДС).

**Продажа товаров:**

20 января продано 5 холодильников клиенту «ИП Смирнов» на сумму 100,000 руб. (включая НДС).

25 января продано 3 стиральные машины клиенту «ООО Чистый мир» на сумму 90,000 руб. (включая НДС).

**Зарплата сотрудникам:**

31 января выплачена зарплата в размере 50,000 руб. сотрудникам предприятия.

**Прочие расходы:**

28 января оплачена аренда офиса за январь на сумму 20,000 руб. (включая НДС).

## 8.6. Примерный перечень тем курсовых работ

Примерный перечень тем курсовых работ по теме «Информационные технологии в предпринимательской деятельности»:



1. Использование современных информационных технологий для подготовки коммерческих предложений.
2. Анализ функций и преимуществ CRM-систем в контексте подготовки коммерческих предложений.
3. Развития электронного бизнеса в современных условиях ограничений на торговлю.
4. Роль систем автоматизации маркетинга (MAS) в подготовке коммерческих предложений.
5. Влияние систем управления документами (DMS) на процесс подготовки коммерческих предложений.
6. Инструменты для анализа данных (BI-системы) и их применение в процессе подготовки коммерческих предложений.
7. Влияние использования информационных технологий и систем на скорость и качество подготовки коммерческих предложений.
8. Электронное сопровождение коммерческих сделок: современные технологии и их влияние на бизнес-процессы.
9. Основные технологии и инструменты электронного сопровождения коммерческих сделок (на примере ...).
10. Процесс внедрения систем электронного документооборота в коммерческой деятельности (на примере ...).
11. Влияние электронных подписей и электронного документооборота на эффективность и безопасность коммерческих сделок.
12. Роль блокчейна в обеспечении прозрачности и надежности коммерческих сделок: возможности и направления дальнейшего развития.
13. Платформы и программные решения для электронного сопровождения сделок предприятия (на примере DocuSign, Adobe Sign, HelloSign).
14. Внедрение системы электронного документооборота на предприятии малого бизнеса.
15. Нормативно-правовая база использования электронных документов и подписей в коммерческих сделках.
16. Электронная коммерция: технологии и перспективы.
17. Современные технологии, используемые в электронной коммерции (AI, Big Data, блокчейн).
18. Основные тенденции и прогнозы развития электронной коммерции до 2030 года.
19. Влияние мобильных приложений на рост интернет-продаж.
20. Стратегия продвижения интернет-магазина с использованием IT-технологий.
21. Влияние облачных технологий на малый и средний бизнес.
22. Ключевые виды облачных технологий и их применение в бизнесе.
23. Использование облачных технологий малыми и средними предприятиями в России.
24. Экономические эффекты внедрения облачных технологий на примере конкретного бизнеса.
25. Внедрение облачных технологий в малом бизнесе.
26. Влияние цифрового маркетинга и социальных медиа на потребительское поведение.
27. Влияние социальных медиа на выбор потребителей при принятии решения о покупке.
28. Роль пользовательского контента и отзывов клиентов в формировании репутации бренда в интернет-пространстве.
29. Стратегия цифрового маркетинга с применением социальных медиа для конкретного бизнеса (например, ресторана, магазина одежды или онлайн-сервиса).

30. Риски и вызовы, связанные с использованием социальных медиа в цифровом маркетинге.
31. Влияние искусственного интеллекта на организацию предпринимательской деятельности.
32. Влияние AI на производственные процессы и управление персоналом.
33. План внедрения AI-технологий для повышения эффективности предприятия.
34. Перспективы развития AI в предпринимательской деятельности на ближайшие 10 лет.
35. Большие данные и аналитика в предпринимательской деятельности.
36. Применение концепции Big Data и основных инструментов для анализа больших данных.
37. Внедрение Big Data в различных областях бизнеса (маркетинг, финансы, производство).
38. Влияния больших данных на стратегическое планирование коммерческого предприятия.
39. Этические аспекты и проблемы конфиденциальности при использовании Big Data.
40. Внедрение систем аналитики больших данных для улучшения бизнес-процессов.
41. Перспективы использования и развития Big Data в предпринимательской деятельности.

## **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **9.1. Основная литература**

1. Информационные системы и технологии в экономике и управлении в 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / ответственный редактор В. В. Трофимов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 375 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09090-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516285>
2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 372 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15960-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510351>
3. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/533877>

### **9.2. Дополнительная литература**

1. Коммерческое право : учебник для вузов / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов ; под редакцией С. Н. Бабурина, Н. А. Машкина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 455 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14756-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510642>
2. Боброва, О. С. Основы бизнеса : учебник и практикум для вузов / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 382 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13842-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511416>

3. Щербачева, Л. В. Гражданско-правовое регулирование электронных торговых договоров : учебное пособие для вузов / Л. В. Щербачева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 195 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15349-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520438>

#### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. [https://elibrary.ru/org\\_titles.asp?orgsid=14364](https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364) - научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
3. <https://urait.ru> - ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
4. <http://www.1000ideas.ru> – Специальный проект для предпринимателей 1000 идей
5. <http://www.e-xecutive.ru> – Сайт интернет-сообщества Менеджеров
6. <http://www.bishelp.ru/> - Информационный ресурс для предпринимателей

#### **Лицензионное программное обеспечение:**

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое).

#### **11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины**

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) – русский.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

#### **Образовательные технологии**

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены занятиями семинарского и лекционного типа. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

#### **Занятия лекционного типа**

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

### **Занятия семинарского типа**

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание практических заданий входит в накопленную оценку.

### **Самостоятельная работа обучающихся**

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
  - углубление и расширение теоретических знаний;
  - формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
  - развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
  - формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
  - развитие исследовательских умений и академических навыков.
- Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения.

Перед выполнением обучающимися самостоятельной работы преподаватель может проводить инструктаж по выполнению задания. В инструктаж включается:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Контроль результатов самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

#### Рекомендации по обучению инвалидов и лиц с ОВЗ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования инвалидами и лицами с ОВЗ.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Медиа материалы также следует использовать и адаптировать с учетом индивидуальных особенностей обучения инвалидов и лиц с ОВЗ.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам инвалидов и лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для инвалидов и лиц с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью и лицам с ОВЗ увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью и лиц с ОВЗ процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

**Учебная аудитория**, предназначенная для проведения учебных занятий, предусмотренных настоящей рабочей программой дисциплины, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, в состав которых входят: комплекты специализированной учебной мебели, доска классная, мультимедийный проектор, экран, компьютер с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся** – аудитория, оснащенная следующим оборудованием и техническими средствами: специализированная мебель для преподавателя и обучающихся, доска учебная, мультимедийный проектор, экран, звуковые колонки, компьютер (ноутбук), персональные компьютеры для работы обучающихся с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.