Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Горно-Алтайский государственный университет»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: **Сетевая экономика**
Уровень основной образовательной программы: **бакалавриат**
Рекомендуется для направления подготовки 38.03.01 Экономика
профиль подготовки Экономика предприятий и организаций

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки «Экономика» (утвержден приказом Министерства образования и науки РФ от 12.11.2015 г. №1327) и учебного плана по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (профиль Экономика предприятий и организаций), утвержденного Ученым советом ГАГУ (от 24.12.2015, протокол № 12).

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры экономики предприятия и прикладной информатики 26.01.2016 г. протокол № 5

Горно-Алтайск
2016

1 Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: формирование систематизированных знаний об основах организации и функционирования сетевой экономики.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть и изучить основные понятия сетевой экономики;
- изучить формы и способы организаций коммуникаций в сетевой экономике;
- изучить особенности функционирования электронной коммерции;
- рассмотреть и изучить системы электронной коммерции в секторе B2C;
- выявить и изучить основные способы организации оплаты товаров и услуг в электронной коммерции;
- рассмотреть и изучить системы электронной коммерции в секторе B2B;
- рассмотреть и изучить системы электронной коммерции в секторе G2C и G2B;
- раскрыть особенности электронной коммерции в сфере услуг;
- рассмотреть особенности маркетинга в электронной коммерции;
- определить и изучить особенности разработки и реализации проектов в сетевой экономике;
- определить и изучить показатели и методы оценки экономической эффективности деятельности предприятий в сетевой экономике.

2 Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Сетевая экономика» (Б1.В.ОД.9) относится к обязательным дисциплинам вариативной части профессионального цикла дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) по направлению подготовки 080100.62 «Экономика».

Для освоения дисциплины «Сетевая экономика» обучающиеся используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения предметов «Пакеты прикладных программ».

Освоение дисциплины «Сетевая экономика» является необходимой основой для последующего изучения дисциплины «Информационные системы в экономике», «Аудит в компьютерной среде».

Междисциплинарные связи разделов и (или) тем дисциплины с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование разделов (темы) данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	
		Информационные системы в экономике	Аудит в компьютерной среде
1.	Основные понятия сетевой экономики	+	+
2.	Организация коммуникаций в сетевой экономике	+	
3.	Особенности функционирования электронной коммерции	+	+
4.	Системы электронной коммерции в секторе B2C	+	+
5.	Организация оплаты товаров и услуг в электронной коммерции	+	
6.	Системы электронной коммерции в секторе B2B	+	+
7.	Системы электронной коммерции в секторе G2C и G2B		+
8.	Электронная коммерция в сфере услуг	+	+
9.	Особенности маркетинга в электронной коммерции	+	
10.	Особенности разработки и реализации проектов в сетевой экономике	+	
11.	Оценка экономической эффективности деятельности предприятий в сетевой экономике		+

3 Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами базовой части профессионального цикла ФГОС ВПО дисциплина «Сетевая экономика» обеспечивает формирование следующих компетенций бакалавра:

способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач (ОПК-2);

способностью использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии (ПК-8).

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- основные понятия и особенности сетевой экономики;
- возможности применения сети Интернет для осуществления бизнеса;
- формы и системы электронной коммерции, особенности их внедрения;
– особенности организации розничной торговли в сети Интернет;
– структуру, основные функции электронных магазинов, их виды и назначение
- особенности рекламных кампаний в Интернете;
- сущность платежных систем в сети Интернет;
- особенности юридического, консультационного, страхового и образовательного обеспечения электронной коммерции;
- методы организации маркетинговых исследований в Интернете;
- особенности разработки и создания Интернет-проектов;
- показатели для оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятия в сетевой экономике.

уметь:

- осуществлять поиск и работать с информацией необходимой для принятия решений в Интернете;
– использовать на практике принципы работы с электронными магазинами, электронными каталогами товаров;
– использовать на практике принципы построения корпоративных web-сайтов, организации работы дискуссионных листов, электронной рассылки;
- использовать методы организации маркетинговых исследований в Интернете, методы оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятия в Интернете.

владеть:

- навыками поиска необходимой для принятия управленческих решений информации в Интернете;
- навыками работы с ресурсами сети Интернет;
- навыками организации и осуществления электронной продажи товаров и услуг в глобальной сети Интернет;
– навыками продвижения товаров и услуг в сети Интернет.

4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц

Вид учебной работы	Всего часов / зачетных единиц	Семестр
		6
Аудиторные занятия (всего)	44/1,1	44/1,1
В том числе:	-	-
Лекции	14/0,56	14/0,56
Лабораторные работы (ЛР)	20/0,0,27	20/0,0,27
Семинары (С)	10/0,27	10/0,27

Самостоятельная работа (всего)	64/0,9	64/0,9
В том числе:	-	-
Подготовка к лабораторной работе	10/0,16	10/0,16
Подготовка докладов, рефератов	20/0,12	20/0,12
Подготовка к тестированию	10/0,22	10/0,22
Подготовка конспектов	10/0,2	10/0,2
Выполнение практических заданий (решение задач)	14/0,2	147/0,2
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет
Общая трудоемкость часы	108	108
зачетные единицы	3	3

Матрица соответствия компетенций и разделов (тем) дисциплины

Наименование раздела (темы) дисциплины	Компетенция		Сумма компетенций
	ОПК-2	ПК-8	
Основные понятия сетевой экономики	+		1
Организация коммуникаций в сетевой экономике	+	+	2
Особенности функционирования электронной коммерции	+	+	2
Системы электронной коммерции в секторе B2C	+	+	2
Организация оплаты товаров и услуг в электронной коммерции	+	+	2
Системы электронной коммерции в секторе B2B	+	+	2
Системы электронной коммерции в секторе G2C и G2B	+	+	2
Электронная коммерция в сфере услуг	+	+	2
Особенности маркетинга в электронной коммерции	+	+	2
Особенности разработки и реализации проектов в сетевой экономике	+	+	2
Оценка экономической эффективности деятельности предприятий в сетевой экономике	+	+	2

5 Содержание дисциплины

5.1 Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Основные понятия сетевой экономики

Понятие о сетевой экономике. Инфраструктура сетевой экономики. Принципы функционирования и развития сетевой экономики. Характеристика продукции сетевой экономики. Сетевая экономика и сетевое благо. Понятие сетевого блага, основные характеристики сетевого блага, особенности графического анализа сетевых благ. Рынки сетевых благ.

Тема 2. Организация коммуникаций в сетевой экономике

Приоритетные и новые виды информационных технологий. Организация межсоединений в сети Интернет. Межсетевой протокол. Протоколы управления передачей данных. Методика расчета стоимости межсоединений. Характеристика различных видов соединений в сетях. Провайдерские фирмы в сетевой экономике

Тема 3. Особенности функционирования электронной коммерции

Основные понятия электронной коммерции. Концептуальные модели электронных трансакций и их классификация. Факторы развития электронной коммерции. Классификация бизнес-моделей электронной коммерции. Достоинства и недостатки электронной коммерции.

Тема 4. Системы электронной коммерции в секторе B2C

Классификация систем сектора B2C. понятие и преимущества Интернет-магазина. Бизнес-модели Интернет-торговли. Классификация бизнес-моделей Интернет-торговли. Организация технологического процесса Интернет-торговли. Методы привлечения покупателей в Интернет-магазины. Развитие Интернет-магазинов в России. Организация виртуальных аукционов.

Тема 5. Организация оплаты товаров и услуг в электронной коммерции

Основные способы оплаты товаров и услуг в Интернете. Платежная система в Интернете: возможности, требования, преимущества и недостатки. Организация расчетов с использованием электронных чеков, электронных денег и кредитных карт. Характеристика российских платежных систем. Технологии снижения рисков платежных систем в Интернете.

Тема 6. Системы электронной коммерции в секторе B2B

Особенности построения бизнес-модели B2B. Организация закупок через Интернет. Электронные торговые площадки. Основные модели организации торговых Интернет-площадок. Риски, возникающие у клиентов корпоративных электронных торговых площадок. Торгово-технологический процесс торговой площадки. Факторы, влияющие на развитие B2B в России. Корпоративные представительства в Интернете. Виртуальные предприятия.

Тема 7. Системы электронной коммерции в секторе G2C и G2B

Понятие электронного правительства. Структура электронного правительства. Предоставление налоговой отчетности через Интернет. Государственные электронные торгово-закупочные площадки. Основные принципы и преимущества электронизации деятельности правительства. Портал государственных услуг. Сайты органов государственного и муниципального управления.

Тема 8. Электронная коммерция в сфере услуг

Преимущества Интернет как канала оказания услуг. Банковские услуги в Интернете. Интернет-трейдинг: возможности и преимущества. Российские системы Интернет-трейдинга. Предоставление туристических услуг в Интернете. Особенности организации Интернет-страхования. Основные группы консалтинговой информации в Интернете. Поставщики консалтинговых услуг в Интернете. Коммуникативные услуги в Интернете. Понятие и модели дистанционного образования. Понятие и особенности IT-аутсорсинга.

Тема 9. Особенности маркетинга в электронной коммерции

Интернет как инструмент маркетинга. Организация маркетинговых исследований в Интернете Преимущества (выгоды) использования Интернета в маркетинговых исследованиях. Управление продвижением продукта в Интернете. Товарная и ценовая

политика в Интернете. Интернет-реклама. Содержательная и внешняя реклама. Виды и инструменты рекламы в Интернете. Баннерная реклама. E-mail-реклама, списки рассылки, дискуссионные листы. Партнерские программы. Эффективность рекламных кампаний в Интернете.

Тема 10. Особенности разработки и реализации проектов в сетевой экономике

Особенности разработки и реализации бизнес-идеи Интернет-проектов. Определение целевой аудитории. Прогноз окупаемости и доходности Интернет-проекта. Модели получения доходов при реализации бизнес-идеи в Интернете. Техническое задание по реализации Интернет-проекта. Особенности маркетингового плана по реализации Интернет-проекта. Методы продвижения и оптимизации сайта Интернет-проекта

Тема 11. Оценка экономической эффективности деятельности предприятий в сетевой экономике

Оценка результатов деятельности предприятия. Рентабельность. Чистый дисконтированный эффект. Платежеспособность. Оценка стоимости предприятий в сетевой экономике. Метод оценки балансовой стоимости и скорректированной балансовой стоимости. Метод оценки стоимости замещения. Метод оценки ликвидационной стоимости. Метод капитализации дохода. Метод дисконтирования денежных потоков. Метод рыночных сравнений.

5.2 Разделы и (или) темы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Темы	Аудиторные занятия			Самост. работа
		лекции	сем. занятия	лаб. занятия	
1	Основные понятия сетевой экономики	1	2	-	4
2	Организация коммуникаций в сетевой экономике	-	2	-	4
3	Особенности функционирования электронной коммерции	1	2	-	4
4	Системы электронной коммерции в секторе B2C	2	1	2	4
5	Организация оплаты товаров и услуг в электронной коммерции	2	1	2	4
6	Системы электронной коммерции в секторе B2B	1	1	2	4
7	Системы электронной коммерции в секторе G2C и G2B	1	1	2	4
8	Электронная коммерция в сфере услуг	2	2	2	4
9	Особенности маркетинга в электронной коммерции	2	2	-	4
10	Особенности разработки и реализации проектов в сетевой экономике	1	2	-	14
11	Оценка экономической эффективности деятельности предприятий в сетевой экономике	1	4	-	14
	Всего по дисциплине	14	20	10	64

	Форма контроля

5.3 Практические занятия и семинары (лабораторный практикум)

Тема 1. Особенности функционирования электронной коммерции
План занятия

№ п/п	Проводимое мероприятие	Форма работы	Время
1	Подготовка логико-структурных схем «Бизнес-логика электронной коммерции», «Структура электронного рынка», обсуждение схем	Работа в малых группах, письменная работа, дискуссия	40 мин
2	Презентация и обсуждение результатов самостоятельной работы «Характеристика моделей электронной коммерции» (сравнение по основным параметрам, конкретные примеры реализации моделей, преимущества и ограничения развития)	Работа в малых группах, презентация, дискуссия	50 мин
	ИТОГО		90 мин (2 часа)

Тема 2. Системы электронной коммерции в секторе B2C
План занятия

№ п/п	Проводимое мероприятие	Форма работы	Время
1	*Лабораторная работа 1.* «Исследование структуры и перечня услуг, представленных на сайте фронт-офиса Интернет-магазина» (исследование Интернет-магазинов по следующим направлениям: посещаемость сайта, место в рейтингах, индекс цитирования, оценка посетителей; внешнее оформление, навигация, содержание, структура; наличие дополнительных сервисов; условия оплаты, условия доставки товаров, формы оформления заказа и др.)	Работа в Интернете, письменный отчет по лабораторной работе	70 мин
2	Обсуждение результатов лабораторных работ	Устные ответы	20 мин
	ИТОГО		90 мин (2 часа)

Тема 3. Организация оплаты товаров и услуг в электронной коммерции
План занятия

№ п/п	Проводимое мероприятие	Форма работы	Время
1	*Лабораторная работа 1.* «Сравнительная характеристика основных способов оплаты товаров и услуг в электронной коммерции» (характеристика способов оплаты, используемых в электронной коммерции: оплата наличными, кредитными картами, Интернет-банкинг, с использование платежных систем, телебанкинг или платежи с использованием wap-технологии; сравнительная характеристика платежных систем: *Assist, PayCash, CyberPlat, WebMoney*	Работа в Интернете, письменный отчет по лабораторной работе	70 мин
2	Обсуждение результатов лабораторных работ	Устные ответы	20 мин

	ИТОГО		90 мин (2 часа)

Тема 4. ***Системы электронной коммерции в секторе B2B***
План занятия

№ п/п	Проводимое мероприятие	Форма работы	Время
1	*Лабораторная работа 1.* «Исследование электронных торговых площадок типа B2B» (сравнительный анализ электронных торговых площадок типа B2B; примеры реализации)	Работа в Интернете, письменный отчет по лабораторной работе	70 мин
2	Обсуждение результатов лабораторных работ	Устные ответы	20 мин
	ИТОГО		90 мин (2 часа)

Тема 5. Системы электронной коммерции в секторе G2C и G2B
План занятия

№ п/п	Проводимое мероприятие	Форма работы	Время
1	*Лабораторная работа 1.* «Исследование особенностей реализации системы электронной коммерции в секторе G2C и G2B» (сравнительная характеристика сайтов государственных (муниципальных) органов власти, характеристика Портала государственных (муниципальных) услуг)	Работа в Интернете, письменный отчет по лабораторной работе	40 мин
2	*Лабораторная работа 2. «*Исследование особенностей реализации системы электронной коммерции в секторе G2C и G2B» (сравнительная характеристика электронных торговых площадок, на которых осуществляются торги для государственных и муниципальных нужд, исследование структуры и содержания сайтов *Zakupki.gov.ru zakupki-altai.ru)*	Работа в Интернете, письменный отчет по лабораторной работе	40 мин
3	Обсуждение результатов лабораторных работ	Устные ответы	10мин
	ИТОГО		90 мин (2 часа)

Тема 6. Электронная коммерция в сфере услуг
План занятия

№ п/п	Проводимое мероприятие	Форма работы	Время
1	*Лабораторная работа 1.* «Исследование особенностей организации электронной коммерции в индустрии услуг» (исследование структуры и особенностей организации сайтов, предоставляющих образовательные, юридические, консалтинговые, страховые и туристские услуги»	Работа в Интернете, письменный отчет по лабораторной работе	60 мин
2	*Лабораторная работа 2.* «Исследование особенностей организации электронной коммерции в индустрии услуг» (сравнительная характеристика систем Интернет-трейдинга *QUIK-Брокер, Alor-Trade,*	Работа в Интернете, письменный отчет по	30 мин

	MetaQuotes)	лабораторной работе	
	ИТОГО		90 мин (2 часа)

Тема 7. Особенности маркетинга в электронной коммерции
План занятия

№ п/п	Проводимое мероприятие	Форма работы	Время
1	*Практическая работа 1.* «Расчет эффективности Интернет-рекламы»	Решение задачи	20 мин
2	*Практическая работа 1.* «Исследование особенностей проведения маркетингового исследования в Интернете» (сравнительная характеристика методов проведения маркетингового исследования в Интернете; примеры реализации)	Работа в Интернете, письменный отчет по лабораторной работе	70 мин
	ИТОГО		90 мин (2 часа)

Тема 8. Особенности разработки и реализации проектов в сетевой экономике
План занятия

№ п/п	Проводимое мероприятие	Форма работы	Время
1	Презентация и обсуждение результатов задания «Разработка бизнес-идеи Интернет-проекта» (задание 1)	Презентация, дискуссия	90 мин
	ИТОГО		90 мин (2 часа)

Задание 1. Сформулируйте бизнес-идею по созданию Интернет-бизнеса в сфере (по выбору): а) B2C; б) C2C; в) B2B:

- дайте обоснование бизнес-идеи, в частности определите модель получения доходов при реализации вашей бизнес-идеи;
- разработайте структуру Интернет-бизнеса, опишите все элементы, составляющие структуру Интернет-бизнеса;
- составьте организационный план реализации бизнес-идеи (определите поэтапно виды работ, необходимые для реализации бизнес-идеи);
- составьте техническое задание по реализации бизнес-идеи;
- рассчитайте примерные затраты по реализации вашей бизнес-идеи;
- составьте маркетинговый план по реализации бизнес-идеи (продвижение Интернет-проекта)

Тема 9. Оценка экономической эффективности деятельности предприятий в сетевой экономике
План занятия

№ п/п	Проводимое мероприятие	Форма работы	Время
1	*Практическая работа 1. «*Расчет эффективности Интернет-проекта»	Решение задач	45 мин
2	*Практическая работа 2. «*Оценка стоимости предприятий в сетевой экономике»	Решение задач	45 мин

3	Итоговое тестирование по курсу	Решение тестов	90 мин
	ИТОГО		180 мин (4 часа)

5.4 Самостоятельная работа

Темы	Содержание работы	Количество часов	Формы отчетности	Сроки контроля
Основные понятия сетевой экономики	Подготовка конспекта	1	Конспект	К практ. занятию № 1, №5
	Подготовка к тестированию	1	Тест	
Организация коммуникаций в сетевой экономике	Подготовка конспекта	1	Конспект	К практ. занятию № 1, №5
	Подготовка к тестированию	1	Тест	
Особенности функционирования электронной коммерции	Практическая работа «Характеристика моделей электронной коммерции»	2	Письменная работа, презентация	К практ. занятию № 1-2
Системы электронной коммерции в секторе B2C	Подготовка к лабораторной работе	1	Отчет по лабораторной работе	К лабор. занятию № 1, к практ. зан. №5
	Подготовка конспекта-схемы «Схема торгово-технологического процесса Интернет-магазина», «Схема движения товарных потоков Интернет-магазина»	2	Конспект-схема	
	Подготовка к тестированию	1	Тест	
Организация оплаты товаров и услуг в электронной коммерции	Подготовка к лабораторной работе	2	Отчет по лабораторной работе	К практ. занятию № 5, к лаб. зан. №2
	Подготовка конспекта	1	Конспект	
	Подготовка к тестированию	1	Тест	
Системы электронной коммерции в секторе B2B	Подготовка к лабораторной работе	1	Отчет по лабораторной работе	К практ. занятию № 5, к лабор. зан. №3
	Подготовка конспекта-схемы «Схема торгово-технологического процесса торговой площадки», «Схема посреднической деятельности в Интернет-коммерции»	2	Конспект-схема	
	Подготовка к тестированию	1	Тест	

Системы электронной коммерции в секторе G2C и G2B	Подготовка реферата	2	Реферат	К практ. занятию № 5, к лабор. зан. №4
Электронная коммерция в сфере услуг	Подготовка к лабораторной работе	1	Отчет по лабораторной работе	К практ. занятию № 5, к лаб. зан. №5
	Подготовка доклада	2	Доклад	
	Подготовка к тестированию	1	Тест	
Особенности маркетинга в электронной коммерции	Подготовка к практической работе	1	Отчет по работе	К практ. занятию № 5
	Подготовка к тестированию	1	Тест	
Особенности разработки и реализации проектов в сетевой экономике	Выполнение задания по разработке бизнес-идеи Интернет-проекта	3	Проект бизнес-идеи	К практ. занятию № 3-5
	Подготовка к тестированию	1	Тест	
Оценка экономической эффективности деятельности предприятий в сетевой экономике	Самостоятельное решение задач	2	Решение задач	К практ. занятию № 5

6 Тематика рефератов

Подготовка реферата (доклада) на основе изучения и анализа дополнительных печатных и электронных материалов. Реферат (доклад) должен представлять собой раскрытие вопроса (проблемы) по выбранной тематике в виде обзора литературы и ресурсов Интернет (можно использовать согласно выбранной тематике материалы лабораторных работ). Материалы реферата защищаются в форме докладов с презентацией.

1. Использование глобальной сети для организации индивидуальных покупок на конкретных примерах.
2. Исследовательские агентства в Интернет. Поиск информации. Организация исследования исследовательскими агентствами. Ресурсы Сети по тематике.
3. Методы привлечения конечных пользователей на сайты. Использование поисковых систем. Методы спонсорского сотрудничества. Ресурсы Сети по тематике.
4. Сайты поддержки существующего бизнеса. Базы знаний по выпускаемой продукции. Организация поддержки выпускаемой продукции. Ресурсы Сети по тематике.
5. Торговые системы в Интернет. Общие принципы функционирования. Требования к безопасности транзакций. Решения по проведению платежей и доставке товаров.
6. Системы и способы расчетов в Интернет, механизмы оплаты и приема платежей. Платежные системы в Интернет. Общие принципы функционирования. Обеспечение безопасности финансовых операций. Интеграция с торговыми системами. Ресурсы Сети по тематике.
7. Организация тесного взаимодействия с потребителями. Кастомизация общения. Директ маркетинг. Ресурсы Сети по тематике.
8. Российский B2B рынок. Ресурсы Сети по тематике.

9. Организация торговых площадок в Интернет. Обзор российских торговых площадок. Ресурсы Сети по тематике.

10. Рынок программных продуктов для Интернет-магазинов. Ресурсы Сети по тематике.

11. Концепция электронного правительства: организация налоговых платежей и сборов. Ресурсы Сети по тематике.

12. Законодательство в области электронной коммерции и Интернет. Ресурсы Сети по тематике.

13. Проект «Электронное правительство» в России. Ресурсы Сети по тематике.

14. Рынок программных продуктов управления сайтом. Ресурсы Сети по тематике.

15. Бесплатное или условно бесплатное программное обеспечение в сети Интернет. Ресурсы Сети по тематике.

16. Структурный обзор корпоративных сайтов предприятий Республики Алтай в сети Интернет. Ресурсы Сети по тематике.

17. Концепция электронного правительства: Правительственные ресурсы Республики Алтай в сети Интернет.

18. Интернет-аукционы и Интернет-площадки в Runet. Ресурсы Сети по тематике.

19 Оффшорные компании в Интернете. Ресурсы Сети по тематике.

20. Интернет – банкинг. (Понятие Интернет-банкинга и виртуальной системы клиринговых расчетов. Их достоинства и недостатки. Появление и развитие сети банков, предоставляющих услуги по он-лайн управлению счетом (системы банк-клиент). Удаленное управление банковским счетом. Ресурсы Сети по тематике.

21. Интернет казино как вариант организации электронного экономического пространства. Ресурсы Сети по тематике.

22. Создание коммерческого сервера. Обзор рынка услуг в области изготовления коммерческих сайтов. Ресурсы Сети по тематике.

23. Биржевая деятельность в Интернете. Дилерские и брокерские конторы. Специфика деятельности. Ресурсы Сети по тематике.

25. Пластиковые карточки. Появление, становление, развитие. Пластиковые карточки как основное средство платежа в Интернет-сделках. Ресурсы Сети по тематике.

26. Интернет-страхование. Страхование рисков, связанных с Интернет. Организация страхового бизнеса в Интернет. Виды страхования, услуги страхования, предоставляемые через Интернет. Ресурсы Сети по тематике.

27. Рейтинговые агентства в Интернет. Организация исследования рейтинговыми агентствами.

7 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

7.1 Нормативно-правовые акты

1. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации утв. Указом Президента РФ от 9 сентября 2000 г. – РГ,2000, № 187.
2. ФЗ от 10 января 2002 г. № 1-ФЗ «Об электронной цифровой подписи». (СЗ РФ, 2002, № 2, ст. 127).
3. ФЗ от 20.02.1995 г. № 24 ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (СЗ РФ, 2006, № 31, часть 1, ст. 3448.)

7.2 Рекомендуемая литература

7.2.1 Основная литература

1. Сетевая Экономика [Текст] :учебное пособие /сост. К.Г. Янковская, Т.А. Куттубаева

7.2.2 Дополнительная литература

2. Баин, А. М. Автоматизированные информационные системы электронных бизнес-отношений [Электронный ресурс]: монография / А. М. Баин. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Финансы и статистика, 2009. - 208 с. on-line.

3. Бугорский, В. Н. Применение методики моделирования денежных потоков виртуальных предприятий [Текст] / В. Н. Бугорский, А. И. Ястребов. // Прикладная информатика. - 2013. - №1 - С.6-22.

4. Дианова, Т. Некоторые особенности электронной торговли: от "мифов" к "эффекту скольжения" / Т. Дианова. - // Вопросы экономики [Текст] : 2012г. №5 .С.139-147.

5. Дрогобыцкая, К. Архитектура электронного правительства: требования, критерии, характеристики [Текст] / К. Дрогобыцкая. //Проблемы теории и практики управления. - 2013. - №11 - С.41-47.

6. Жарова, А. К. Особенности осуществления розничной купли-продажи по сети Интернет / А. К. Жарова. - // Государство и право [Текст] :. - М. : Наука, 2012г. №8 С.109-114..

7. Кметь, Е. Развитие электронных платежных систем [Текст] / Е. Кметь.// Проблемы теории и практики управления : научный (международный) журнал. – 2011. - №4. - С.116-126.

8. Тенденции и пути развития электронной коммерции в России. [Текст] //Управление персоналом. - 2010. - №22 - С.41-45.

9. Филина, Н. Интернет-ресурс в управлении и экономике [Текст] / Н. Филина, Н. Филин.// Проблемы теории и практики управления. - 2010. - №11 - С.13-20.

10. Халина, Н. В. Электронные деньги в России: восприятие населением современных способов платежей [Текст] / Н. В. Халина. //Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены: альманах. - 2013. - С .137-147.

11. Бугорский, В. Н. Сетевая экономика [Текст] : учебное пособие для вузов / В. Н. Бугорский. - Москва : Финансы и статистика, 2007. - 256 с.

12. Климченя, Л. С. Электронная коммерция [Текст] : учебное пособие / Л. С. Климченя. - Минск : Вышэйшая школа, 2004. - 191 с.

8 Образовательные технологии

При реализации программы дисциплины «Сетевая экономика» используются различные образовательные технологии.

8.1 Использование информационных технологий

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. www.citforum.ru - сайт «Форум Центр Информационных Технологий»
2. www.gosuslugi.ru» - Портал государственных услуг
3. www.assist.ru - сайт «ASSIST – система электронных платежей»
4. www.techart.ru - сайт «Маркетинговый консалтинг и аутсорсинг»
5. www.cyberplat.com – сайт платежной системы *Cyberplat*
6. www.paycash.ru - сайт платежной системы *PayCash*
7. www.webmoney.ru - сайт платежной системы *Web Money*
8. www.sberplat.ru - система Интернет-платежей Сбербанка России *Sberplat*
9. www.e-commerce.ru – Интернет-ресурсы информационно-консалтингового центра по электронному бизнесу
10. www.ram.ru – сайт Российской ассоциации маркетинга (РАМ)
11. www.rbc.ru – информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг»
12. www.abc.ru – торговая площадка ABC.RU
13. www.e-educaion.ru – образовательный портал МЭСИ
14. www.e-management.ru – консультационный центр развития электронного бизнеса
15. www.m4u/webprovider.com - оценки и прогнозы ведущих исследовательских компаний по развитию различных направлений электронной коммерции

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. www.consultant.ru Справочная правовая система «КонсультантПлюс»
2. http://www.garant.ru/ – Справочно-Правовая Система «Гарант»
3. www.iqlib.ru Электронная библиотека образовательных и научных изданий Iqlib.
4. www.public.ru Интернет-библиотека СМИ Public.ru.

8.2 Применение активных методов обучения

При реализации программы дисциплины «Сетевая экономика» используются следующие активные методы обучения:

Интерактивная лекция с использованием метода «эвристическая беседа («Сократический диалог», «метод Сократа»)»

Цель метода: привлечение студентов к обсуждению проблемы, раскрытие и углубление позиции студентов, развитие навыков/умения аргументации, развивает самостоятельное и вдумчивое («критическое») мышление, способствует самопознанию, выявляет и проясняет ценностные ориентиры.

Суть метода: метод получил название от восходящего к Сократу метода обучения «эвристика» (гр. – нахожу, отыскиваю, открываю). Данный метод подходит для исследования текстов, проблем, обсуждения дискуссионных вопросов. Данный метод путем тщательно подготовленных и сформулированных наводящих вопросов и примеров побуждает студентов прийти к самостоятельному правильному ответу:

1. В начале обсуждения преподаватель задает вопрос, открывающий изучаемую тему. Собственно, и сама тема может быть сформулирована в виде вопроса.
2. Особое значение в этом методе имеют «особые сократовские» вопросы, которые направлены на прояснение и углубление позиции собеседника:

- прямые уточняющие, проясняющие вопросы: Что вы имели в виду? Как вы можете по-другому сформулировать свою позицию?
- вопросы, требующие аргументации: Что дало вам основание сделать такой вывод? Какие аргументы вы можете привести в подтверждение своей позиции?
- вопросы с использованием аналогий
- вопросы, помогающие встать на другую точку зрения
- вопросы с использованием псевдовыводов или крайних позиций
- провокационные вопросы

При использовании данного метода вопрос задается всей группе, затем после небольшой паузы для обдумывания вызывается студент, а также привлекаются другие студенты для исправления, уточнения и дополнения ответа. Данный метод позволяет вовлечь в процесс работы всю группу.

Сфера применения: данный метод применяется при изучении тем «Основные понятия сетевой экономики», «Особенности функционирования электронной коммерции»

Работа в малых группах

Цель метода: формирование навыков сотрудничества, межличностного общения (в частности, умение активно слушать, вырабатывать общее мнение, разрешать возникающие разногласия).

Суть метода: данный метод является составляющей многих других интерактивных методов, используются для объединения усилий, знаний и навыков студентов для совместного выполнения письменной работы или для участия в обсуждении решении проблемной ситуации (кейсов). При использовании данного метода необходимо обратить внимание на формирование группы, включая туда сильных, средних и слабых студентов, юношей и девушек, представителей разных культур, социальных слоев и т.д. В разнородных группах стимулируется творческое мышление и интенсивный обмен идеями. Студенты проводят больше времени, представляя свою точку зрения, могут

обсудить проблему более детально и учатся рассматривать вопрос с разных сторон. В таких группах строятся более конструктивные взаимоотношения между участниками.

Сфера применения: данный метод применяется при выполнении задания по разработке схем «Бизнес-логика электронной коммерции», «Структура электронного рынка», выполнении самостоятельной работы «Характеристика моделей электронной коммерции», «Разработка бизнес-идеи Интернет-проекта»

Дискуссия

Цель метода – формирование у студентов навыков отстаивать свое мнение и слушать других.

Суть метода: смысл данного метода состоит в обмене взглядами по конкретной проблеме. Дискуссии обогащают представления студентов по теме, упорядочивают и закрепляют знания. Метод дискуссии используется на практических занятиях, где обсуждаются проблемные вопросы, когда студентам нужно защитить свои позиции, ответить на вопросы, другим студентам необходимо выразить свое отношение к позиции других студентов.

Сфера применения: данный метод при обсуждении результатов самостоятельных работ.

Работа с ресурсами Интернета, информационными системами, программными продуктами.

Цель метода: формирование способности к обобщению, анализу, восприятию информации, навыков владения основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, работы с компьютером как средством управления информацией и с информацией в глобальных компьютерных сетях.

Суть метода: использование Интернета как источника получения информации, изучение особенностей различных моделей электронной коммерции, платежных систем, систем Интернет-трейдинга, изучения особенностей реализации консалтинговых, туристических, образовательных и др. видов услуг в Интернет.

Сфера применения: данный метод применяется при выполнении лабораторных работ.

9 Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для проведения занятий используется специализированная аудитория для проведения лекционных занятий, оснащенная следующим оборудованием: мультимедийный проектор, экран, ноутбук, а также компьютерный класс с выходом в Интернет.

10 Контроль знаний студентов

10.1 Формы текущего контроля

Текущий контроль по дисциплине «Сетевая экономика» осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются: обсуждение результатов лабораторных работ, решение тестов, подготовка рефератов, докладов, выполнение письменных работ.

Примерные тесты для проведения итогового тестирования по курсу:

1. Сетевая экономика - это:

а) форма ведения внемагазинной розничной торговли, при которой сбытовые агенты фирмы-производителя устанавливают контакты с потенциальными покупателями

б) развивающаяся в рамках общественно-исторической формации на базе сложившихся производительных сил и производственных отношений стратегия и тактика хозяйственной деятельности

в) хозяйственная деятельность, осуществляемая с помощью электронных сетей (цифровых телекоммуникаций)

г) наука о применении статистических и математических методов в экономическом анализе для проверки правильности экономических теоретических моделей и способов решения экономических проблем

2. К основным принципам функционирования сетевой экономики НЕ относятся:

а) принцип бесплатности, возрастающего эффекта

б) принцип экспоненциального развития, переоценки ценностей

в) принцип полноты, бесплатности

г) принцип обратного ценообразования, глобализации

д) принцип взаимодействия спроса и предложения, принцип равновесия

е) принцип анархии, хаоса

3. К основным видам электронной экономической деятельности относятся:

а) электронный маркетинг; создания электронных магазинов

б) коммерческие операции; организация распределенного совместного производства продукции

в) администрирование бизнеса; транспортное обслуживание;

г) ведение бухгалтерского учета; разрешение конфликтных ситуаций и спорных вопросов

д) консалтинговые услуги; аудит отдельных сторон деятельности

е) производство товаров; транспортировка грузов; коммунальные услуги

ж) диагностика механизированного оборудования; оценка качества

4. Основными элементами инфраструктуры системы электронной коммерции являются:

а) специальное ПО; СУБД; телекоммуникация и связь

б) почтовые службы, службы доставки, курьерские службы, транспортные службы

в) виртуальная банковская система; специальные платежные системы; финансовые институты; система налогообложения и таможенных тарифов

г) биржи труда и сырьевые биржи; фондовые биржи и финансовые биржи

д) автоматизированное складское хозяйство; система доставки товаров и оказания услуг; служба маркетинга

е) система безопасности актов купли-продажи; юридическое, правовое обеспечение

5. Выделите наиболее полный перечень организационно-экономических моделей электронного бизнеса:

а) модели B2B, B2C, B2A, C2A, C2C, B2G, G2C, G2G

б) модели B2B, C2B, A2C, A2A

в) модели B2B, B2C, B2A, C2A, C2C, C2B, A2B, A2C

6. Модель Business-to-Bussiness (B2B) представляет собой:

а) сектор, ориентированный на организацию практической работы между компаниями в процессе производства товаров или услуг

б) сектор, ориентированный на работу компаний с индивидуальными потребителями товаров или услуг

в) виды сделок, заключаемых между фирмами и правительственными организациями

г) сектор, в котором наблюдается общение потребителей друг с другом, объединенных посещением одного web-сайта.

7. Властные структуры могут использовать технологии электронной коммерции для того, чтобы:

а) повысить эффективность своей деятельности;

б) расширить перечень услуг, оказываемых налогоплательщиками;

в) снизить уровень налогообложения.

8. Вертикальная электронная торговая площадка - это:

а) торговая площадка в сети Интернет, где цены не фиксированы, а устанавливаются во время публичных торгов на основании спроса и предложения

б) виртуальное рыночное пространство для предоставления товаров и услуг различных отраслей

в) торговая площадка в сети Интернет, где цены фиксируются продавцами, большинство продаж осуществляется известными поставщиками и по заранее определенным правилам
г) виртуальное рыночное пространство, предназначенное для сделок купли-продажи товаров определенной отраслевой принадлежности

9. Интернет-магазин включает следующие основные компоненты:

а) интернет-витрину, снабженную виртуальной потребительской корзиной
б) базу данных товаров
в) систему учета и контроля исполнения заказов
г) бэк-офис
д) систему приема платежей

10. Выбрать наиболее оптимальный способ оплаты товаров в Интернет-магазине для тех, кто часто совершает покупки в Интернете.

а) оплата наличными курьеру
б) наложенный платеж
в) банковский перевод
г) использование электронных денег
д) использование пластиковых карт

11. Баннерная реклама – это ...

а) использование платного места или времени в Интернете на определенном сайте для формирования с помощью специальных средств и приемов необходимого имиджа фирмы, марки, а также известности относительно свойств предлагаемых товаров (услуг)
б) комплекс мероприятий (положительные публикации о фирме и товаре, презентации, пресс-конференции, дни открытых дверей и др.), направленных на формирование гармоничных отношений фирмы с обществом
в) прямое побуждение потенциального покупателя к действию путем информирования его об экономической дополнительной выгоде, получаемой им при покупке данного товара или оказываемой услуге
г) вид деятельности, направленный на вовлечение в коммуникацию потенциальных и реальных покупателей товара, сбор информации относительно степени их удовлетворенности купленными товарами

12. На информационном сервере было приобретено 3000 баннерных показов по цене 180 рублей за тысячу. Рекламная кампания проводилась в течение недели. В результате за данный период времени 1467 пользователей щелкнули на баннере, оформили заказ 123 человека. Коэффициент CPB будет равен:

а) 1,46
б) 8,4
в) 4,39
г) 0,08

13. Рассчитать удельную стоимость каждого факта запоминания рекламы пользователем, если для проведения рекламной кампании было приобретено 12000 показов стоимостью 124 рубля за тысячу, баннер был продемонстрирован 12000 раз, число уникальных посетителей составило 2300 человек, щелкнуло на баннере 867 человек, количество посетителей, запомнивших рекламу составляет 74%.

а) 0,16 руб.
б) 0,87 руб.
в) 0,19 руб.
г)0,17 руб.

14. Таргетинг – программный механизм, позволяющий:

а) выделить целевую аудиторию
б) выделить целевую аудиторию и показывать рекламу именно ей
в) показывать рекламу только целевой аудитории
г)выделить целевую аудиторию и показывать рекламу только ей

15. Выделите операции интернет-банкинга доступные клиентам:
а) осуществлять все коммунальные платежи;
б) оплачивать счета за связь (IP-телефония, сотовая и пейджинговая связь, Интернет) и другие услуги (спутниковое телевидение, обучение и пр.);
в) переводить средства в оплату счетов за товары, в том числе купленные через интернет-магазины;
г)покупать и продавать иностранную валюту; пополнять/снимать денежные средства со счета пластиковой карты, в том числе наличными;
д) открывать различные виды счетов;
е) получать информацию о поступивших платежах в режиме реального времени;
ж) получать другие услуги (покупка/продажа ценных бумаг, создание инвестиционного портфеля, возможность участия в паевых фондах банка, участие в торгах и т.д.).
16. Выделите услуги, которые предоставляются интернет-трейдингом:
а) вывод сделки покупки/продажи ценных бумаг на рынок (discount broker);
б) полное юридическое, финансовое и т.п. сопровождение инвестиционного счета (full service broker);
в) помощь в совершении сделки на бирже непосредственно частным лицам.
17. Выделите особенности ценообразования на электронном рынке:
а) более низкие, по сравнению с обычной коммерцией, цены в сети Интернет складываются за счет высокой конкуренции;
б) издержки на Интернет-коммерцию могут быть ниже по сравнению с обычной за счет увеличения объема продаж;
в) издержки канала распределения на электронном рынке покрываются за счет покупателей, которым продавцы сообщают об этом только в момент оформления заказа на товар.
18. Перечислите виды электронных аукционов по степени информированности:
а) публичные аукционы
б) приватные аукционы
в) тихие аукционы
г) индивидуальный аукцион
д) громкие аукционы
е) датский аукцион
19. Наименее затратным является следующий вариант создания Интернет-магазина:
а) установка веб-сервера в локальной сети предприятия;
б) аренда магазина в электронном торговом ряду;
в) размещение магазина на сервере Интернет-провайдера.
20. При оценке эффективности интеграции предприятия в Интернет приведенные затраты сопоставляются с:
а) единовременными затратами;
б) эксплуатационными затратами;
в) экономическим эффектом от проекта;
г) инвестициями на создание проекта;
д) с приведенными затратами других проектов.

10.2 Формы промежуточного контроля

Аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Вопросы к зачету

Вопросы к зачету	Формируемые компетенции	
	ОПК-2	ПК-8
Понятие о сетевой экономике.	+	
Инфраструктура сетевой экономики.	+	
Принципы функционирования и развития сетевой экономики.	+	
Понятие сетевого блага, основные характеристики сетевого блага, особенности анализа сетевых благ.	+	
Организация коммуникаций в сетевой экономике	+	+
Организация межсоединений в сети Интернет.	+	+
Протоколы в сети Интернет	+	+
Методика расчета стоимости межсоединений.	+	+
Характеристика различных видов соединений в сетях.	+	+
Провайдерские фирмы в сетевой экономике	+	+
Основные понятия электронной коммерции.	+	+
Концептуальные модели электронных трансакций и их классификация.	+	+
Факторы развития электронной коммерции.	+	+
Классификация бизнес-моделей электронной коммерции.	+	+
Достоинства и недостатки электронной коммерции.	+	+
Классификация систем сектора B2C.	+	+
Понятие и преимущества Интернет-магазина.	+	+
Бизнес-модели Интернет-торговли. Классификация бизнес-моделей Интернет-торговли.	+	+
Организация технологического процесса Интернет-торговли.	+	+
Методы привлечения покупателей в Интернет-магазины.	+	+
Основные способы оплаты товаров и услуг в Интернете.	+	+
Платежная система в Интернете: возможности, требования, преимущества и недостатки.	+	+
Технологии снижения рисков платежных систем в Интернете.	+	+
Особенности построения бизнес-модели B2B.	+	+
Организация закупок через Интернет. Электронные торговые площадки.	+	+
Основные модели организации торговых Интернет-площадок.	+	+
Торгово-технологический процесс торговой площадки.	+	+
Корпоративные представительства в Интернете.	+	+
Виртуальные предприятия.	+	+
Понятие и структура электронного правительства.	+	+
Государственные электронные торгово-закупочные площадки.	+	+
Основные принципы и преимущества электронизации деятельности правительства.	+	+
Преимущества Интернет как канала оказания услуг.	+	+
Банковские услуги в Интернете.	+	+

Интернет-трейдинг: возможности и преимущества.	+	+
Предоставление туристических услуг в Интернете.	+	+
Особенности организации Интернет-страхования.	+	+
Основные группы консалтинговой информации в Интернете. Поставщики консалтинговых услуг в Интернете.	+	+
Коммуникативные услуги в Интернете.	+	+
Понятие и модели дистанционного образования.	+	+
Понятие и особенности IT-аутсорсинга.	+	+
Интернет как инструмент маркетинга.	+	+
Организация маркетинговых исследований в Интернете	+	+
Управление продвижением продукта в Интернете.	+	+
Товарная и ценовая политика в Интернете.	+	+
Интернет-реклама. Виды и инструменты рекламы в Интернете.	+	+
Эффективность рекламных кампаний в Интернете.	+	+
Особенности разработки и реализации бизнес-идеи Интернет-проектов.	+	+
Модели получения доходов при реализации бизнес-идеи в Интернете.	+	+
Техническое задание по реализации Интернет-проекта.	+	+
Особенности маркетингового плана по реализации Интернет-проекта.	+	+
Методы продвижения и оптимизации сайта Интернет-проекта	+	+
Оценка результатов деятельности предприятия в сетевой экономике.	+	+
Оценка стоимости предприятий в сетевой экономике.	+	+

10.3 Модульно-рейтинговая система оценки знаний студентов

Максимальное количество балов, которые может заработать студент по каждому модулю по блокам оценки

Блок оценки	Модуль 1	Модуль 2	Всего
Теоретический	28	28	56
Практико-исследовательский	14	14	28
Учебно-организационный	8	8	16
Итого	50	50	100

Примерные баллы на практических занятиях

(практико-исследовательский блок)

Форма работы	Количество баллов
подготовка реферата (в рамках самостоятельного изучения темы)	до «6» баллов
лабораторные работы	От «-5» до «+5» б.
выполнение самостоятельных заданий	«-3», «+3» б.

Форма итогового контроля по курсу «Сетевая экономика» зачет в 6 семестре:

1. Выставляется на основе результатов первой и второй аттестаций.
2. Для получения зачета необходимо выполнить все задания по самостоятельному изучению курса и набрать по трем блокам (суммарно) более 60 баллов.

Составитель Янковская К.Г., к.э.н., доцент

Зав. кафедрой экономики предприятия и прикладной информатики _____Е.А. Петрова, к.э.н., доцент