

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА (МИИТ)»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

08 сентября 2017 г.

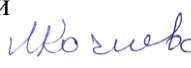
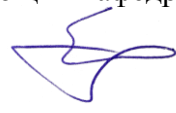
Кафедра "Экономика труда и управление человеческими ресурсами"

Автор Егоров Сергей Владимирович

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Интернет-технологии ведения бизнеса»

Направление подготовки:	38.03.01 – Экономика
Профиль:	Экономика труда
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2016

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 06 сентября 2017 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">Л.Ф. Кочнева</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p style="text-align: center;">Протокол № 2 04 сентября 2017 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">И.А. Епишкин</p>
---	--

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование целостного представления об информации и информационных ресурсах, информационных системах и технологиях, их роли в решении задач управления.

Задачами курса являются:

- формирование специалиста нового профиля, владеющего инструментарием современных информационных систем и технологий управления;
- подготовка специалистов, способных обеспечить последовательное движение России к участию в интегрированных процессах глобализации на базе современных информационных технологий.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Интернет-технологии ведения бизнеса" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

3 зачетные единицы (108 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии: традиционные - лекции, обсуждение выполнения практических заданий и инновационные методы обучения: открытые лекции специалистов-практиков и предпринимателей из сферы Интернет-бизнеса, круглые столы, моделирование процессов. Все лекции проводятся с использованием мультимедийного оборудования. Все практические задания проводятся с использованием персональных компьютеров с установленным специализированным программным обеспечением и доступом к сети интернет. .

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

Основные подходы к созданию Интернет-компаний

Цели и концепции бизнеса

Бизнес-модели

Модель В2С — бизнес, ориентированный на конечных потребителей — физических лиц

Структура В2С-компаний

Рыночные ориентиры и распределение ресурсов

Формулировка целей. Оценка жизнеспособности бизнес-идеи

Модель В2В — бизнес для бизнеса

Структура В2В-компаний

Рыночные ориентиры и концепции бизнеса

Интернет-магазин, или сервисное предприятие В2В

Рекламная модель
Биржевая модель B2B-компаний
Смешанные и производные бизнес-модели

РАЗДЕЛ 2

Основные виды сетевого бизнеса
Интернет-магазины
Основные отличия от реальных аналогов
Структура Интернет-магазина
Каталог товаров
Система навигации по сайту
Система регистрации и авторизации пользователей
Система формирования и подтверждения заказов
Система поддержки клиентов
Раздел для партнеров
Система обработки заказа
Система оплаты
Система доставки товаров
Корпоративные сайты
Функции корпоративного сайта
Структура корпоративного сайта
Выбор доменного имени и названия сайта
Каталоги, рейтинги, поисковые системы
Информационный поиск в сети
Модели бизнеса
Контент-проекты
Информационный бизнес в сети
Информация как товар
Виды информационных ресурсов
Финансовые услуги
Интернет-трейдинг
Интернет-банкинг
Платежные системы
Рекламный бизнес. Разработка и поддержка сайтов
Рекламные агентства
Баннерные сети
Дизайн-студии
Услуги хостинга
Услуги связи и средства общения
Почтовые сервисы (e-mail)
Форумы
Чаты
Социальные сети
Торговые площадки
Интернет-биржи
Аукционы
Каталоги товаров и услуг
Дистанционное обучение

РАЗДЕЛ 2

Основные виды сетевого бизнеса
Интернет-магазины
Основные отличия от реальных аналогов
Структура Интернет-магазина

Каталог товаров
Система навигации по сайту
Система регистрации и авторизации пользователей
Система формирования и подтверждения заказов
Система поддержки клиентов
Раздел для партнеров
Система обработки заказа
Система оплаты
Система доставки товаров
Корпоративные сайты
Функции корпоративного сайта
Структура корпоративного сайта
Выбор доменного имени и названия сайта
Каталоги, рейтинги, поисковые системы
Информационный поиск в сети
Модели бизнеса
Контент-проекты
Информационный бизнес в сети
Информация как товар
Виды информационных ресурсов
Финансовые услуги
Интернет-трейдинг
Интернет-банкинг
Платежные системы
Рекламный бизнес. Разработка и поддержка сайтов
Рекламные агентства
Баннерные сети
Дизайн-студии
Услуги хостинга
Услуги связи и средства общения
Почтовые сервисы (e-mail)
Форумы
Чаты
Социальные сети
Торговые площадки
Интернет-биржи
Аукционы
Каталоги товаров и услуг
Дистанционное обучение

РАЗДЕЛ 3

Денежные расчеты в сети. Платежные системы
Классификация платежей и платежных систем
Системы расчетов, работающие с реальными деньгами
Системы расчетов, использующие электронную валюту
(цифровые деньги)
Платежная система CyberPlat
Платежная система ASSIST
Расчеты при помощи кредитных карт
Платежная система "Рапида"
Платежная система Instant!
Платежная система ЭЛИТ
Платежная система PayCash

Платежная система WebMoney Transfer
Платежная система e-port
Вопросы безопасности платежей в Интернете
Шифрование информации
Электронная цифровая подпись
Хэш-функции. Защита целостности сообщений
Центры сертификации
Протокол SSL
Технология SET
Маркетинг в Интернет-бизнесе

РАЗДЕЛ 4

Маркетинг в Интернет-бизнесе.
Особенности интернет маркетинга
Кабинетные исследования
Полевые исследования
Бенчмаркинг
Определение товарной структуры и емкости рынка
Изучение товарной структуры рынка
Определение емкости рынка
Доля рынка, контролируемая компанией
Трендовый анализ рынка
Сегментация рынка
Методы сегментации рынка
Целевые сегменты рынка
Изучение поведения потребителей

РАЗДЕЛ 5

Реклама в сети Интернет
Особенности Интернет-рекламы
Интерактивность
Возможность сбора информации о каждом пользователе
Точная фокусировка рекламы на целевые группы пользователей
Высокоэффективные средства для анализа результатов рекламных акций
Воздействие рекламных акций на количественный и качественный состав аудитории сайта
Рекламные носители в Интернете
Ценовые модели размещения рекламы
Фиксированная оплата, Flat Fee Advertising
Оплата по количеству показов рекламы, CPM
Оплата по количеству переходов, CPC
Оплата по количеству посетителей, CPV
Оплата за действия посетителей, CPA
Комиссия с продаж, CPS
Реклама с использованием e-mail
Поисковые системы. Каталоги. Рейтинги
Рекламные возможности при прямом размещении рекламы
Рекламный эффект от регистрации в каталогах и рейтингах. Эффект положительной обратной связи
Индексация в поисковых системах. Подготовка страниц к индексации
Особенности регистрации в каталогах
Прямой обмен ссылками и баннерами
Имиджевая реклама в Интернете
Виды отношения потребителей к компании и торговым маркам
Основные методы имиджевой рекламы в сети

Медиа-планирование. Оптимизация рекламных расходов и анализ эффективности рекламной кампании

Подготовка исходных данных для медиа-планирования

Сценарии рекламной кампании. Прогнозирование экономической эффективности

Анализ эффективности рекламной кампании

Основные функции PR

Методы PR

Зачет