

## Программа учебной дисциплины «Электронный бизнес: исследования, разработки, обучение»

Утверждена  
Академическим советом ООП  
Протокол № 3 от 18.04.2017г.

Автор	Комаров Михаил Михайлович
Число кредитов	10
Контактная работа (час.)	
Самостоятельная работа (час.)	
Курс	1 курс
Формат изучения дисциплины	Без использования онлайн

### I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРЕРЕКВИЗИТЫ

Цель научно-исследовательского семинара – выработать у студентов компетенции и навыки исследовательской работы в процессе подготовки курсовой работы и магистерской диссертации Магистерской программы «Электронный бизнес», а также рассказать о современных тенденциях развития технологий в области электронного бизнеса.

В результате освоения дисциплины студент должен:

- знать характеристики состояния рынка электронного бизнеса и тенденции его развития, основные модели электронного бизнеса, типовые этапы организации бизнеса с использованием сети Интернет и документацию;
- уметь определять цели и задачи проектов в сфере электронного бизнеса, разрабатывать коммерческое предложение на выполнение проекта, выбирать и применять методы работы под конкретную задачу проекта; планировать и документировать этапы проекта, анализировать полученные результаты, разрабатывать рекомендации по управлению соответствующим проектом;
- иметь навыки (приобрести опыт) подготовки предложений по улучшению деятельности предприятия на основе использования ИТ;
- иметь навыки (приобрести опыт) ведения научно-исследовательской деятельности;
- знать основные этапы ведения научной деятельности и получить навык написания научных работ;
- получить навыки ведения научной дискуссии и презентации исследовательских результатов.

Основные задачи научно-исследовательского семинара:

проведение профориентационной работы среди студентов, позволяющей им выбрать направление и тему научного исследования;

обучение студентов навыкам академической работы, включая подготовку и проведение научных исследований, написание научных работ;

обсуждение проектов и готовых исследовательских работ;

выработка у студентов навыков научной дискуссии и презентации исследовательских результатов.

Конечная задача семинара – сделать научную работу студентов постоянным и систематическим элементом учебного процесса, включить их в жизнь научного сообщества, помочь освоить методологию, технологию и инструментарий научно-исследовательской

деятельности, а также рассказать о современных тенденциях развития технологий в области электронного бизнеса.

Научно-исследовательский семинар (НИС) проводится в течение 1-4 модулей первого года обучения и 1-3 модулей второго года обучения. На протяжении всего этого периода он включает еженедельные аудиторные занятия по утвержденному расписанию и самостоятельную работу студентов.

Работа в научно-исследовательском семинаре является для студента обязательной.

Научно-исследовательский семинар ориентирован на подготовку магистерской диссертации. Промежуточной формой ее подготовки в рамках первого года обучения является написание курсовой работы, как важного этапа в процессе подготовки магистерской диссертации, а также выполнение аудиторных заданий.

## II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основные блоки*

Профориентационные выступления преподавателей кафедры. Обсуждение основных тенденций в области электронного бизнеса.
Выбор тематики и обсуждение структуры курсовой работы. Обсуждение основных тенденций в области электронного бизнеса.
Аналитический обзор имеющейся литературы, электронных источников информации, в том числе статистических баз данных для выполнения курсовой работы. Обсуждение промежуточных результатов написания курсовой работы. Обсуждение основных тенденций в области электронного бизнеса.
Выполнение курсовой работы и оформление работы в целом. Обсуждение результатов написания курсовой работы. Обсуждение основных тенденций в области электронного бизнеса.

**На первом году обучения в течение первого модуля** проводятся профориентационные лекции и презентации экспертов-практиков, преподавателей, аспирантов и выпускников кафедры инноваций и бизнеса в сфере информационных технологий, которые делятся опытом своей собственной исследовательской работы, знакомят студентов с процедурами организации исследовательских проектов и полученными результатами, формулируют тематику курсовых работ и магистерских диссертаций. Акцент делается на определении актуальных областей исследований по проблематике программы. Эта форма призвана помочь студентам выбрать тему курсовой работы. Еженедельно проводятся презентации тенденций и актуальных направления ведения электронного бизнеса.

**Второй модуль** посвящен выбору темы курсовой работы, разработке планов работы и их презентации на научно-исследовательском семинаре. Еженедельно проводятся презентации тенденций и актуальных направления ведения электронного бизнеса.

В ходе **третьего модуля** студенты приступают к написанию курсовой работы. Исследование включает в обязательном порядке аналитический обзор имеющейся литературы, электронных источников информации, в том числе статистических баз данных. В аналитическом обзоре особое внимание уделяется теоретическим подходам и методам исследования поставленной проблемы. Еженедельно проводятся презентации тенденций и актуальных направления ведения электронного бизнеса. Также, в третьем модуле студентам дается командное задание по проработке собственного проекта в области электронного бизнеса, результаты которого презентуются в конце четвертого модуля.

В течение **четвертого модуля** студенты завершают написание курсовой работы, оформляют работу в целом и готовят презентации. Ежедневно проводятся презентации тенденций и актуальных направлений ведения электронного бизнеса.

В течение всего первого года обучения на семинаре проводятся презентации результатов научных исследований экспертов, преподавателей кафедры, аспирантов и выпускников кафедры инноваций и бизнеса в сфере информационных технологий с целью выбора темы курсовой работы, магистерской диссертации и приобретения опыта проведения научного исследования.

Оценки по всем формам текущего контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

### III. ОЦЕНИВАНИЕ

В качестве рубежного контроля предусматривается экзамен по итогам года. Задолженность по научно-исследовательскому семинару приравнивается к обычной академической задолженности.

Экзамен выставляется по итогам работы студента в семинаре с учетом полученных результатов исследования, их степени новизны, аналитической обоснованности. Учитывается посещаемость семинара и активность участия в дискуссиях, а также выполнение заданий текущего контроля.

За 1-й год обучения студент обязан представить следующие материалы:

- развернутый план курсовой работы; аналитический обзор имеющейся литературы, электронных источников информации, в том числе статистических баз данных по теме курсовой работы (3-й модуль) в электронном и бумажном виде;
- курсовую работу до 30 страниц в электронном и бумажном виде и презентацию (7-10 слайдов) в электронном виде для получения итоговой оценки (4-й модуль).

Представленные материалы должны являться результатом самостоятельной научно-исследовательской работы студентов, которую они ведут под руководством своих научных руководителей. На их основе студенты готовят презентации, с которыми выступают в ходе заседаний семинара.

Также на каждом занятии студент выполняет аудиторские задания (командные презентации исследований и проектов в области электронного бизнеса), в рамках ознакомления с основными тенденциями в области ведения электронного бизнеса, а к концу 4-го модуля в составе команды студентов представляет проект электронного бизнеса, на основе результатов аудиторской работы.

Формирование оценок по учебной дисциплине производится в соответствии с Положением об организации контроля знаний.

Каждая из форм текущего контроля оценивается по 10-балльной шкале. Общая оценка за текущий контроль (по 10-балльной шкале) рассчитывается по формуле:

$$O_{\text{текущий}} = 0,3 \cdot O_{\text{сам.работа}} + 0,5 \cdot O_{\text{ауд}} + 0,2 \cdot O_{\text{курсовая}},$$

где  $O_{\text{сам.работа}}$  – оценка за самостоятельную работу (правильность выполнения домашних работ, задания для которых выдаются на занятиях; полнота освещения темы докладов и презентаций),

$O_{\text{ауд}}$  – оценка за аудиторскую работу (ответы на вопросы, полнота освещения темы докладов и презентаций);

$O_{\text{курсовая}}$  – оценка за выполнение заданий в рамках подготовки курсовой работы.

При определении накопленной оценки (по 10-балльной шкале) накопленная оценка совпадает с оценкой за текущий контроль и рассчитывается по формуле:

$$O_{\text{накопленная}} = O_{\text{текущий}},$$

где  $O_{\text{текущий}}$  – оценка за текущий контроль;

Результирующая оценка (выставляется в диплом) формируется на основе итоговой оценки за экзамен (по 10-балльной шкале) и накопленной оценки. Результирующая оценка рассчитывается по формуле:

$$O_{\text{результ}} = 0,3 \cdot O_{\text{экзамен}} + 0,7 \cdot O_{\text{накопленная}},$$

где  $O_{\text{экзамен}}$  – оценка за итоговый контроль (экзамен);  
 $O_{\text{накопленная}}$  – накопленная оценка.

При формировании оценок на основе весовых коэффициентов применяется округление до целого числа в большую сторону.

## IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### Тематика курсовых работ для 1 курса магистратуры

#### Тема на русском языке

1. Анализ областей использования технологий больших данных в электронном бизнесе.
2. Исследование международных проектов по предоставлению и передаче открытых данных
3. Исследование моделей и вариантов использования массивов открытых данных
4. Разработка рекомендаций по продвижению и представлению России в мировом пространстве по проблеме открытых данных
5. Исследование методов и инструментов управления сетевыми сообществами
6. Использование сетевых сообществ как источника инноваций
7. Открытые платформы для обмена инновациями. Анализ моделей реализации взаимодействия с бизнес-сообществом
8. Исследование рынка платежных систем в России и за рубежом
9. Анализ мирового опыта в области корпоративных систем электронной коммерции
10. Анализ, разработка и оптимизация бизнес-процессов предприятия электронной коммерции
11. Создание и реализация алгоритма вывода на рынок нового Интернет – проекта
12. Анализ маркетингового продвижения продуктов на рынке интеллектуальных систем семантического анализа данных
13. Модели электронной коммерции. Обнаружение систем электронной коммерции с редкими функциями
14. Анализ подходов для поддержания функционирования моделей электронной коммерции на предприятии
15. Исследование рынка образовательных услуг в области электронной коммерции
16. IT-решения для повышения эффективности деятельности организации в сфере электронного бизнеса
17. Технологии моделирования принятия решений в области электронного бизнеса
18. Анализ современных технологий информатизации образовательного учреждения. Системы электронного обучения (e-learning).
19. Проектирование информационной системы для автоматизации рабочего места
20. Интеллектуальные технологии обработки информации
21. Разработка программного комплекса обработки статистических результатов
22. Типовые ошибки при формулировке требований и способы борьбы с ними
23. Разработка веб-сайта для интернет магазина

24. Разработка веб-сайта для магазина приложений
25. Разработка требований для CMS системы
26. Сравнительное обоснование вывода на рынок нового ПО
27. Способы управления распределёнными командами
28. Применение управления рисками в разработке ПО
29. Применение практик управления требованиями в SCRUM проектах
30. Разработка и внедрение ПО для мобильных устройств
31. Особенности работы с государственными учреждениями
32. Применения методологии SCRUM в проектах типа FixedCost
33. Применение информационных технологий в образовании
34. Планирование и подготовка отказоустойчивых систем
35. Особенности разработки систем обработки больших объемов данных
36. Особенности разработки систем реального времени
37. DRM и способы защиты контента от распространения
38. Типовые ошибки при формулировке требований и способы борьбы с ними
39. Разработка веб-сайта для интернет магазина
40. Разработка веб-сайта для магазина приложений
41. Разработка требований для CMS системы
42. Сравнительное обоснование вывода на рынок нового ПО
43. Способы управления распределёнными командами
44. Применение управления рисками в разработке ПО
45. Применение практик управления требованиями в SCRUM проектах
46. Разработка и внедрение ПО для мобильных устройств
47. Особенности работы с государственными учреждениями
48. Применения методологии SCRUM в проектах типа FixedCost
49. Применение информационных технологий в образовании
50. Планирование и подготовка отказоустойчивых систем
51. Особенности разработки систем обработки больших объемов данных
52. Особенности разработки систем реального времени
53. DRM и способы защиты контента от распространения
54. Принципы разработки и проектирования «чувствительных к культуре интерфейсов»
55. Структурные и функциональные особенности электронных образовательных сред в разных культурах
56. Использование «культурного интеллекта» в процессе онлайн обучения
57. Принципы разработки культурного онлайн ассимилятора
58. Сравнительный анализ бизнес-моделей интернет-проектов (Comparative analysis of the business models of Internet projects)
59. Построение базовой финансовой модели интернет-проекта в Excel (Basic financial model design in Excel for internet project)
60. Исследование стратегических направлений развития ИТ (Study of strategic directions of IT)
61. Исследование экосистемы инвестиций в ИТ-стартапы в России (Study of IT startups investments ecosystem in Russia)
62. Исследование подходов к автоматизации извлечения из текстов в социальных сетях мнений потребителей о товарах
63. Анализ подходов к применению методологии многоагентных систем в электронном бизнесе
64. Исследование подходов к реализации электронных переговоров на основе применения языков проекта Семантическая Паутина
65. Исследование подходов к реализации электронных переговоров на основе применения языков проекта Семантическая Паутина
66. Анализ использования мобильных приложений, как маркетинговых средств в деятельности современного предприятия. (Different approaches of using mobile applications as marketing tools for modern company.)

67. Различные подходы использования беспроводных сенсорных сетей для электронного бизнеса. (Different approaches of using wireless sensor networks for e-business).
68. Анализ моделей построения электронного бизнеса в области оказания туристических услуг в Интернет. (E-business models analysis of different services for tourists at the Internet).
69. Анализ и разработка бизнес-модели на основе использования мобильных приложений. (Analysis and business-model development based on mobile applications).
70. Применение умной коммерции при построении бизнеса. (Smart commerce for business development).
71. Анализ и разработка бизнес-моделей с использованием Web 3.0 и систем персонального энергоаудита. (Analysis and business-model development with the use of Web 3.0 and personal energy-audit systems).
72. Анализ и разработка бизнес-модели оказания туристических услуг с использованием концепции Web 3.0 (Analysis and development of business-model for tourists with the use of Web 3.0).
73. Анализ и разработка модели облачного сервиса в рамках концепции Web 3.0 (Business-model analysis and development for cloud-based service based on Web 3.0. concept).
74. Виртуальная реальность как средство продвижения бизнеса в концепции Web 3.0. (Virtual reality as a marketing tool for business based on the Web 3.0 concept).
75. Разработка и исследование набора стандартных Интернет-услуг для вынужденных переселенцев. (Research and development of a set of basic Internet-services for the displaced people and refugees).
76. Интернет вещей в субъектно-ориентированном управлении бизнес-процессами (Internet of Things in Subject-Oriented Business Process Management.)
77. Разработка модели объединения Интернета вещей и Интернета услуг в рамках современного электронного предприятия (IoT and IoS integrated model development for modern e-business).
78. Разработка механизмов стандартизации аппаратно-независимых Интернет-услуг. (Development of standardization mechanism of hardware independent Internet-services).
79. Разработка бизнес-модели социальной сети вещей. (Development of business-model for social web of services).
80. Разработка инновационной оффлайн бизнес-модели коллективного финансирования проектов. (Development of innovative offline business model for crowdfunding).
81. Анализ развития систем моделирования и оценка потребности их применения для решения задач управления в бизнес-системах.
82. Анализ проблем развития социально-экономических систем на основе когнитивных карт.
83. Анализ проблем развития бизнес-систем на основе когнитивных карт.
84. Оценка ИТ-инфраструктуры современных бизнес-систем для поддержки стратегического управления.

***Примерное содержание курсовой работы:***

1. Постановка проблемы. Описание предметной области исследования.
2. Обоснование актуальности исследования.
3. Цели, задачи и методологическая база исследования.
4. Проведение исследования.
5. Интерпретация полученных результатов.
6. Выводы.
7. Список использованных литературных и интернет источников (со ссылками на них в тексте).

***Тематика аудиторных заданий:***

1. Презентация описания и анализ бизнес-модели компании VALVE.

2. Презентация описания и анализ бизнес-модели Lockitron.
  3. Презентация моделей использования мобильных приложений в электронном бизнесе.
  4. Презентация моделей использования мобильных устройств в электронном бизнесе.
- и др.

## V. РЕСУРСЫ

### 1. Основная литература

- Новиков А.М., Новиков Д.А. Методология научного исследования. М.:Либроком, 2009 или позднее.- 280с.
- Радаев В.В. Как организовать и представить исследовательский проект: 75 простых правил. М., ГУ-ВШЭ, ИНФРА-М, 2001 или позднее

### 2. Дополнительная литература

- Кузин Ф.А. Диссертация: Методика написания. Правила оформления. Порядок защиты. Практическое пособие для докторантов, аспирантов и магистрантов. 2 е изд., доп. М.: Ось-89, 2001.
- Новиков А.М., Новиков Д.А. "Методология". М.:Синтег, 2007.- 668с.
- Бургин М.С., Кузнецов В.И. Введение в современную точную методологию науки: структуры систем знания: Пособие для студентов вузов. – М.: АО «Аспект Пресс», 1994. – 304 с.
- Основы научных исследований: Учеб. для техн. вузов/В.И. Крутов, И.М. Грушко, В.В. Попов и др.; Под ред. В.И. Крутова, В.В. Попова. - М.: Высш. шк., 1989 или позднее. - 400 с.: ил.
- Рузавин Г.И. Методология научного исследования: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТ-ДАНА, 1999. – 317 с.
- Feng Li. What is e-business? How the internet transforms organizations. Blackwell Pub. ISBN: 1-4051-2558-6. 2007. 244 с.
- Harvey Maylor, Kate Blackmon, Martina Huemann. Researching Business and Management. Palgraveю ISBN: 978-0-230-22212-0
- A.D. Jankowicz. Business Research Projects. Cengage Learning EMEA, 2004. ISBN: 978-1844800827
- N.S.R. Walliman. Your Undergraduate Dissertation: The Essential Guide for Success. Longon: Sage, 2004
- Браерти Э., Эклс Р., Ридер Р. Бизнес-маркетинг / Пер. с англ. – Москва, «Издательский дом Гребенникова», 2007 - 736 с.
- Годин А.М. Маркетинг:Учебник, 8-е издание, Москва, «Дашков и К», 2009 – 672 с.
- Головлева Е.Л., Основы рекламы, учебное пособие, Москва, «Академический проект», 2008 – 330 с.
- Котлер Ф., Армстронг Г. Введение в маркетинг, 8-е издание / Пер. с англ.- Москва, «И.Д. Вильямс», 2007 – 832 с.
- Котлер Ф., Джайн Д.К., Мэйсинси С. Маневры маркетинга / Пер. с англ. – Москва, «Олимп-Бизнес», 2003 – 224 с.
- Маркарьян С.Э., Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П. Экономический анализ хозяйственной деятельности, электронный учебник, Москва, «Кнорус», 2009.

- Маркетинговые показатели, Фэррис П.У, Бендл Н.Т., Пфайфер Ф.И., Рейбштейн Д.Дж. / Пер. с англ. под ред. И.В. Тараненко, Днепропетровск, «Баланс бизнес букс», 2009 – 480 с.
- Матанцев А.Н. Анализ рынка: настольная книга маркетолога, Москва, «Альфа-Пресс», 2007 – 552 с.
- Овчинникова Н.Н. Рекламное дело, учебное пособие, Москва, «Дашков и К», 2009 – 368 с.
- Соловьев Б.А. Маркетинг: Учебник, Москва, «Инфра-М», 2008, 383 с.
- Тронин Ю.Н. Анализ финансовой деятельности предприятия, Москва, «Альфа-Пресс», 2006 – 208 с.
- Тюриков А.Г., Шляпин Д.Е. Интернет-реклама, учебное пособие, Москва, «Дашков и К», 2008 – 144 с.

### 3. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Microsoft Windows 7 Professional RUS Microsoft Windows 10 Microsoft Windows 8.1 Professional RUS	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Microsoft Office Professional Plus 2010	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

### 4. Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№ п/п	Наименование	Условия доступа
<i>Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы</i>		
1.	Консультант Плюс	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Электронно-библиотечная система Юрайт	URL: <a href="https://biblio-online.ru/">https://biblio-online.ru/</a>
<i>Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)</i>		
1.	Открытое образование	URL: <a href="https://openedu.ru/">https://openedu.ru/</a>

### 5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

- ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы);
- мультимедийный проектор с дистанционным управлением.

Учебные аудитории для лабораторных и самостоятельных занятий по дисциплине оснащены ПК, с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде НИУ ВШЭ.