

Вишняков В.А., доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента Минского института управления

ПОДГОТОВКА МАРКЕТОЛОГОВ В ОБЛАСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Введение. Электронный бизнес в странах с развитой экономикой занимает существенную долю ВВП, объем которого в мировой экономике быстро растет. Например, такие фирмы, как IBM, Sisco имеют от этого месячный оборот более 1 млрд долларов [1]. В Беларуси электронная коммерция также быстро развивается в области как корпоративной, так и розничной торговли. В настоящее время работает более 400 электронных магазинов.

По данным, опубликованным компанией Forrester Research, в 2007 г., ожидаемый оборот Internet-торговли достигнет глобальной цифры – 9,8 трлн долларов, или 10,6% от всего мирового объема продаж товаров и услуг [2]. Исходя из этого можно говорить о том, что Internet стал основой для развития нового направления в науке и практике, которое можно сформулировать как «Internet-экономика», или сетевая экономика. В эту экономику включаются предприятия, работающие в области информационных и телекоммуникационных технологий, производства аппаратно-программных средств и продуктов, оказания информационных услуг и выполняющие коммерческие операции через Интернет и корпоративные сети. Для подготовки современных маркетологов необходимы знания в области электронного бизнеса и коммерции [3].

Структура дисциплины. В соответствии с вышеизложенным в рабочий план специализации по специальности «Маркетинг» была введена инновационная дисциплина «Основы электронной коммерции», которая читается в объеме 54 часа, содержит материал по основам ЭК и включает разделы:

- понятия и сущность электронного бизнеса и коммерции;
- понятие и направления сетевой экономики;
- технология создания электронного магазина;
- технологии электронной торговли в секторе B2C;
- технологии электронной торговли в корпоративном секторе;
- технологии электронной торговли в секторах A2C, A2B
- основы электронных платежей;
- защита информации в электронной коммерции;

- организация электронной торговли на базе международного портала;
- оценка эффективности при организации электронной коммерции;
- электронный бизнес с использованием Вэб-сервисов;
- перспективы развития электронной коммерции.

Лекционный материал дисциплины разбит на 12 тем, включающих следующий материал.

Понятия и сущность электронного бизнеса и коммерции. Исторические аспекты развития электронного бизнеса и коммерции. Виды и характеристики электронного бизнеса. Понятие и виды электронной коммерции. Понятие и виды электронных магазинов. Преимущества и недостатки электронной коммерции. Государственная программа «Электронная Беларусь».

Понятие и направления сетевой экономики. ИТ и электронный бизнес. Понятие и сектора Интернет-экономики. Особенности хозяйственной деятельности в Интернет-среде: приобретение ресурсов, продажа продукции, посреднический бизнес, маркетинг, организация инновационной деятельности, трудовые отношения, платежные системы. Методы и пути интеграции предприятий в электронный рынок. Национальные особенности Интернет-предпринимательства. Государственная программа «Парк высоких технологий».

Технология создания электронного магазина. Определение целей и задач построения электронного магазина. Планирование структуры ЭМ. Первоначальная реализация Web-сервера для ЭМ. Поддержка сервера и его совершенствование. Реализация маркетинговой программы продвижения Web-сервера.

Технология электронной торговли в секторе B2C. Виды систем сектора B2C. Маркетинг. Поиск товаров. Просмотр сайта, отбор товара. Оформление заказа. Расчет налогов и доставки. Проверка наличия товара. Оплата. Документы по оплате товара. Обработка заказа. Выполнение заказа. Организация доставки. Услуги в Интернете. Телеработа. Мобильная торговля, ее организация и перспективы.

Технология электронной торговли в секторе B2B. Торгово-закупочные системы. Система управления закупками. Система сопровождения поставщиков (SCM-система). Система управления продажами. Система сопровождения потребителей (CRM-система). Электронные торговые площадки, биржи. Виртуальные предприятия. Интернет-инкубаторы.

Технология электронной торговли в секторах A2B, A2C. Понятие электронного правительства (e-Government), задачи его построения. Структура и функционирование электронного правительства. Налоговая отчетность через Интернет. Государственные электронные торгово-закупочные площадки. Концепция геоинформационной системы.

Сущность, формы и организация электронных платежей. Основные понятия электронной оплаты. Банковские карты, их виды и типы. Модели электронных платежей в секторе B2C. Модели электронных платежей. Прямые и косвенные, оплаченные, **текущие, отложенные платежи.** **Понятие электронного чека, оплата.** **Электронные деньги.** **Цифровые деньги.** Модели электронных платежей B2B. Основные службы электронных платежей. Оплата товаров (услуг) с мобильного телефона. Оплата стоимости покупки через WAP.

Организация защиты информации в электронном бизнесе. Атаки на информацию в процессе электронной коммерции. Основы криптографии. Шифрование симметричным ключом. Понятие двойного ключа для шифрования. Цифровая подпись. Основные алгоритмы шифрования DES, тройной DES, RSA, RC2 и RC4, IDEA. Сравнение методов шифрования. Защита коммерческой информации в Интернете: SHTTP, SET, SSL.

Организация электронной торговли на базе международного портала. Электронный бизнес на базе международной системы классификации товаров и услуг. Обзор существующих международных систем классификации товаров и услуг. Международная система классификации товаров и услуг в ЕС – eClass. Ее структура, организация ЭК на ее основе. Организация интеллектуальной системы электронного бизнеса.

Эффективность ЭБ и коммерции. Коммерческая, бюджетная эффективность. Оценка коммерческой эффективности на основании сопоставления затрат и доходов с учетом коэффициента эффективности. Расчет капитальных и эксплуатационных затрат при создании электронного магазина. Виды прибыльности при электронной коммерции. Расчет прибыли от ЭМ. Оценка эффективности от электронной коммерции методом ЧДД.

Электронный бизнес с использованием Вэб-сервисов. Понятие Вэб-сервисов. Технология Вэб-сервисов. Примеры Вэб-сервисов в частной коммерции и оптовой торговле. Структура Вэб-сервиса. Составляющие Вэб-сервисов. Специальный язык для ЭБ eXML.

Перспективы развития ЭБ и коммерции. Развитие Интернет-технологий и их использование для электронного бизнеса. ГИС-технологии. Корпорации знаний. Семантическое пространство Web, его воздействие на управление. Понятие, структура и использование интеллектуальных агентов для электронного бизнеса.

Практические занятия по дисциплине, предназначенные для закрепления теоретического материала, включают темы и содержание:

– технология электронной торговли – рассмотрение сущности технологии электронной торговли, получение практических навыков в секторах B2C, B2B;

– сетевая экономика и электронный бизнес – рассмотрение направлений сетевой экономики, обсуждение примеров для электронного бизнеса;

– элементы интеллектуализации электронного бизнеса – рассмотрение примеров использования Вэб-сервисов для электронного бизнеса, их направлений и характеристик;

– оценка эффективности от использования электронной коммерции – изучение этапов оценки эффективности от использования ЭК и проведение расчетов для конкретного примера по эффективности электронного магазина.

Лабораторные работы предназначены для изучения программных средств в области электронной коммерции, используемых в экономике и управлении, и приведены в таблице.

№ п/п	Название тем	Содержание
1	Организация и исследование технологии построения электронного магазина	Ознакомиться с построением электронного магазина, получить навыки работы по его построению на основе HTML
2	Организация и исследование технологий электронных платежей	Ознакомиться с процедурами электронных платежей для систем Visa, MasterCard
3	Организация электронной коммерции на базе международной системы классификации товаров и услуг	Получить практические навыки работы с международной системой классификации товаров и услуг eClass для реализации операций электронной коммерции
4	Организация безопасной работы предприятия в сфере электронного бизнеса и коммерции	Изучить принципы построения безопасного электронного офиса и получить практические навыки использования элементов безопасной электронной коммерции

Курсовое проектирование выполняют студенты по специальности маркетинг. Целями курсовой работы являются:

1) углубление, закрепление и конкретизация теоретических знаний в области электронной коммерции, используя учебную и специальную литературу;

2) углубление знаний и привитие навыков по практическому использованию технологии электронной коммерции для организации электронного магазина и распределенной БД посредством языков HTML, SQL, PHP;

3) развитие навыков самостоятельного построения электронного магазина и распре-

деленной обработки информации, построение концептуальной и логической моделей, творческого осмысления и обобщения организационных и управленческих решений;

4) подготовка студентов к выполнению дипломных работ.

Рекомендуемые темы курсовой работы.

1. Создание ЭМ и РБД компьютеров.
2. Создание ЭМ и РБД телефонных аппаратов.
3. Создание ЭМ и РБД сотовых телефонов.
4. Создание ЭМ и РБД принтеров.
5. Создание ЭМ и РБД ксероксов.
6. Создание ЭМ и РБД книг.
7. Создание ЭМ и РБД компакт-дисков.
8. Создание ЭМ и РБД DVD дисков.
9. Создание ЭМ и РБД мебели.
10. Создание ЭМ и РБД фотоаппаратов.
11. Создание ЭМ и РБД цветов.
12. Создание ЭМ и РБД фруктов.
13. Создание ЭМ и РБД напитков.
14. Создание ЭМ и РБД игр.
15. Создание ЭМ и РБД программ.

Типовая структура курсовой работы может иметь свой определенный вид. Во введении студент характеризует актуальность темы, формулирует цель исследования, перечисляет основные вопросы, которые будут рассмотрены, указывает исходные материалы, на базе которых выполнена курсовая работа.

Первый раздел (теоретический) содержит общую характеристику проблемы, рассматриваемой в рамках темы. Он включает изложение теоретических вопросов по теме работы.

Второй раздел должен содержать материалы по разработке структуры электронного магазина, концептуальной и логической моделей распределенной базы данных для ЭМ.

Третий раздел содержит физическую реализацию электронного магазина в виде сайта ЭМ на языке HTML, физической реализации распределенной БД на языке SQL, описания связи ЭМ и БД на языке PHP.

Контроль знаний. Форма контроля знаний, полученных в данном курсе, базируется на тестирующей системе МИУ. По семи темам дисциплины разработаны 125 вопросов формата А с выбором одного или нескольких правильных ответов из 5 возможных, а также 40 вопросов формата В с ответом в свободном формате.

Заключение. В результате изучения дисциплины «Основы электронной коммерции» студенты будут:

знать

- теоретические и методологические основы организации и практической реализации систем электронной коммерции;
- принципы, методы, процедуры и содержание работы по использованию технологий электронной коммерции в сети Интернет;
- методы и технологии использования электронных платежей;
- методы и технологии защиты коммерческой информации;

перспективные направления развития электронной коммерции.

Уметь

- применять технологии электронной коммерции для организации бизнеса и управления;
- использовать системы электронной коммерции в маркетинге предприятия;
- организовывать электронные платежи;
- использовать средства защиты коммерческой информации;
- рассчитывать эффективность использования электронного магазина.

ЛИТЕРАТУРА

1. Информационные технологии в бизнесе / Под ред. М. Железны. СПб.: Питер, 2002.
2. Юрасов А.В. Электронная коммерция. М.: Изд-во «Дело», 2003.
3. Вишняков В.А. Организация подготовки конкурентоспособных маркетологов на рынке труда // Инновационные образовательные технологии. 2006. №3. С. 79–84.

РЕЗЮМЕ

Предложена концепция подготовки специалистов в области электронной коммерции. Разработаны макро- и микромоделли знаний в этой области. Макромодель включает следующие микромоделли (темы): основы электронной коммерции, технология создания электронного магазина; технологии электронной торговли в секторах B2C, B2B, A2C, A2B; основы электронных платежей; защита информации в электронной коммерции; организация электронной торговли на базе международного портала; оценка эффективности при организации электронной коммерции; электронный бизнес с использованием Вэб-сервисов, перспективы развития электронной коммерции.

Теоретический материал включает элементы теории и практики электронной коммерции для бизнеса и управления. В лабораторном курсе исследуются примеры использования электронной коммерции в управления. Практические работы включают варианты расчета экономической эффективности от использования электронного магазина.

SUMMARY

The concept of training specialists in the field of e-commerce (EC) is proposed. The macro and micro models in this area of knowledge are developed. The macro model includes the following micro models (topics): the fundamentals of EC; the technology of creating an e-shop; e-commerce technology in such sectors as B2C, B2B, A2C, A2B; the fundamentals of e-payment; information security in EC; organizing EC on the bases of an international portal; estimating efficiency while performing EC; e-business with the use of Web services; EC development prospects.

Theoretical material includes the elements of EC theory and practice for business and management. The examples of using EC in management are examined in laboratory tests. Practical tests include the alternate calculations of e-commerce economic efficiency.