

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Светлана Игоревна

Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 01.02.2021 15:30:44

Уникальный программный ключ:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт**

Экономики предприятий

**Кафедра**

Цифровых технологий и решений

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 29 апреля 2020 г.)

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

<b>Наименование дисциплины</b>	Б1.В.15 Интернет-предпринимательство
<b>Основная профессиональная образовательная программа</b>	Направление 09.03.03 ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА программа "Прикладная информатика в электронной экономике"

Методический отдел УМУ  
« 10 » 03 \_\_\_\_\_ 2020г.  
\_\_\_\_\_ / Каланчева М.А./

Научная библиотека СГЭУ  
« 10 » 03 \_\_\_\_\_ 2020г.  
\_\_\_\_\_ / Зурмалева

Рассмотрено к утверждению  
на заседании кафедры Цифровых технологий и  
решений  
(протокол № 8 от 05.03.2020г.)  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ / Погорелова Е.В./

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Самара 2020

## Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Интернет-предпринимательство входит в вариативную часть блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, Электронный документооборот, Вычислительные системы, сети и телекоммуникации, Базы данных, Основы программирования, Высокоуровневые методы информатики и программирования, Статистика, Системная архитектура информационных систем, Экономическая теория, Бухгалтерский учет, Налоговая система РФ, Коммерческая деятельность, Основы программирования 1С, Современные программные решения на платформе 1С, Инженерия знаний

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Интернет-предпринимательство в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

### Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-4 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
ОПК-4	<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть</b>
	современные подходы к сбору, обработке и хранению информации с помощью информационно-коммуникационных средств	ориентироваться в выборе технологий и средств разработки сетевых приложений и средств создания сетевых сервисов.	навыками практического использования организационных и инструментальных средств по сбору, обработке и хранению информации

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-5 - способностью выполнять технико-экономическое обоснование проектных решений

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
ПК-5	<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть</b>
	современные методы бизнес-планирования, анализа рынков;	применять информационные системы для решения задач	навыками бизнес-планирования, проведения маркетинговых

		управленческого учета, корпоративного планирования и бюджетирования, формирования консолидированной финансовой отчетности, финансового анализа.	исследований
--	--	---	--------------

ПК-21 - способностью проводить оценку экономических затрат и рисков при создании информационных систем

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
ПК-21	<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть</b>
	основные понятия интернет-бизнеса экономический анализ, современные методы оценки затрат на проектную деятельность	проводить оценку затрат интернет-проектов	методикой оценки рисков реализации проектов в сфере ИТ-бизнеса

### 3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

#### Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 7
Контактная работа, в том числе:	73.15/2.03
Занятия лекционного типа	36/1
Занятия семинарского типа	36/1
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03
Самостоятельная работа, в том числе:	51.85/1.44
Промежуточная аттестация	19/0.53
Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	144
Зачетные единицы	4

#### заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 7
Контактная работа, в том числе:	13.15/0.37
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03
Самостоятельная работа, в том числе:	127.85/3.55
Промежуточная аттестация	3/0.08
Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	144
Зачетные единицы	4

#### 4. Содержание дисциплины

##### 4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Интернет-предпринимательство представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарског о типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Особенности предпринимательства в Интернет	16	16			20	ОПК-4з1, ОПК-4з2, ОПК-4у1, ОПК-4у2, ОПК-4в1, ОПК-4в2, ПК-5з1, ПК-5з2, ПК-5у1, ПК-5у2, ПК-5в1, ПК-5в2, ПК-21з1, ПК-21з2, ПК-21у1, ПК-21у2, ПК-21в1, ПК-21в2

2.	Основной анализ рынка. Оценка рынка. Анализ потенциальных конкурентов	20	20			31,8 5	ОПК-4з1, ОПК-4з2, ОПК-4у1, ОПК-4у2, ОПК-4в1, ОПК-4в2, ПК-5з1, ПК-5з2, ПК-5у1, ПК-5у2, ПК-5в1, ПК-5в2, ПК-21з1, ПК-21з2, ПК-21у1, ПК-21у2, ПК-21в1, ПК-21в2
	Контроль	19					
	<b>Итого</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>0.15</b>	<b>1</b>	<b>51.8 5</b>	

**заочная форма**

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского о типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Особенности предпринимательства в Интернет	2	4			60	ОПК-4з1, ОПК-4з2, ОПК-4у1, ОПК-4у2, ОПК-4в1, ОПК-4в2, ПК-5з1, ПК-5з2, ПК-5у1, ПК-5у2, ПК-5в1, ПК-5в2, ПК-21з1, ПК-21з2, ПК-21у1, ПК-21у2, ПК-21в1, ПК-21в2
2.	Основной анализ рынка. Оценка рынка. Анализ потенциальных конкурентов	2	4			67,85	ОПК-4з1, ОПК-4з2, ОПК-4у1, ОПК-4у2, ОПК-4в1, ОПК-4в2, ПК-5з1, ПК-5з2, ПК-5у1, ПК-5у2, ПК-5в1, ПК-5в2, ПК-21з1, ПК-21з2, ПК-21у1, ПК-21у2, ПК-21в1,

							ПК-21в2
	Контроль	3					
	<b>Итого</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	0.15	1	<b>127.85</b>	

## 4.2 Содержание разделов и тем

### 4.2.1 Контактная работа

#### Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Особенности предпринимательства в Интернет	лекция	Виды предприятий в Интернет. Организация производственной деятельности в Интернет.
		лекция	Виртуальные предприятия. Особенности взаимодействия с персоналом в виртуальном предприятии.
		лекция	Организация продаж и предоставление услуг в Интернет. Организация взаимодействия между Интернет-предприятиями.
		лекция	Взаимодействие Интернет-предприятий с физическими и юридическими лицами.
2.	Основной анализ рынка. Оценка рынка. Анализ потенциальных конкурентов	лекция	Стратегии выхода на рынок. Региональный и глобальные рынки, их характеристики и объемные показатели.
		лекция	Рассмотрение развития интернет-проекта с позиции продукт-ориентированных методологий.
		лекция	Основные этапы. Медийная реклама, виды, особенности, возможности использования. Контекстная реклама, виды, особенности, возможности использования.

		лекция	Методика составления семантического ядра. Реклама в рассылках, виды, особенности, возможности использования.
		лекция	Оптимизация сайта для поисковых систем. Связи с общественностью. Вирусный маркетинг.
		лекция	Адвергейминг. Другие рекламные инструменты. Определение экономической эффективности проекта.
		лекция	Доля рынка, объем выручки, средний чек, величина затрат. Виды затрат.

\*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

#### Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Особенности предпринимательства в Интернет	практическое занятие	Виды предприятий в Интернет. Организация производственной деятельности в Интернет.
		практическое занятие	Виртуальные предприятия. Особенности взаимодействия с персоналом в виртуальном предприятии.
		практическое занятие	Организация продаж и предоставление услуг в Интернет. Организация взаимодействия между Интернет-предприятиями.
		практическое занятие	Взаимодействие Интернет-предприятий с физическими и юридическими лицами.
2.	Основной анализ рынка. Оценка рынка. Анализ	практическое занятие	Стратегии выхода на рынок. Региональный и глобальные рынки, их характеристики и

	потенциальных конкурентов		объемные показатели.
		практическое занятие	Рассмотрение развития интернет-проекта с позиции продукт-ориентированных методологий.
		практическое занятие	Основные этапы. Медийная реклама, виды, особенности, возможности использования. Контекстная реклама, виды, особенности, возможности использования.
		практическое занятие	Методика составления семантического ядра. Реклама в рассылках, виды, особенности, возможности использования.
		практическое занятие	Оптимизация сайта для поисковых систем. Связи с общественностью. Вирусный маркетинг.
		практическое занятие	Адвергейминг. Другие рекламные инструменты. Определение экономической эффективности проекта.
		практическое занятие	Доля рынка, объем выручки, средний чек, величина затрат. Виды затрат.

\*\* семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

#### **Иная контактная работа**

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

#### **4.2.2 Самостоятельная работа**

<b>№п/п</b>	<b>Наименование темы (раздела) дисциплины</b>	<b>Вид самостоятельной работы ***</b>
-------------	---	---

1.	Особенности предпринимательства в Интернет	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Основной анализ рынка. Оценка рынка. Анализ потенциальных конкурентов	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

\*\*\* самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

## 5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Литература:

#### Основная литература

1. Кузьмина, Е. Е. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 417 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06627-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449904>

#### Дополнительная литература

1. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 404 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450127>

2. Чеберко, Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности : учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Чеберко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 219 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03107-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451565>

### 5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

### 5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

### 5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

### 5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
---	---

Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

Для проведения занятий лекционного типа используются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия в виде презентационных материалов, обеспечивающих тематические иллюстрации.

## 6. Фонд оценочных средств по дисциплине Интернет-предпринимательство:

### 6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	-
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГБОУ ВО СГЭУ №10 от 29.04.2020

### 5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

Лаборатория информационных технологий в	Комплекты ученической мебели
---	------------------------------

профессиональной деятельности	Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ Лабораторное оборудование
-------------------------------	--

## 6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

### Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-4 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ОПК-4з1 Знать современные подходы к сбору, обработке и хранению информации с помощью информационно-коммуникационных средств	ОПК-4у1 Уметь ориентироваться в выборе технологий и средств разработки сетевых приложений и средств создания сетевых сервисов.	ОПК-4в1 Владеть (иметь навыки) навыками практического использования организационных и инструментальных средств по сбору, обработке и хранению информации
Повышенный	ОПК-4з2 Знать современные методы использования интеллектуальных систем	ОПК-4у2 Уметь Создавать технологии и средства разработки сетевых приложений	ОПК-4в2 Владеть (иметь навыки) Навыками проектирования организационных и инструментальных средств электронной торговли

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-5 - способностью выполнять технико-экономическое обоснование проектных решений

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ПК-5з1 Знать современные методы бизнес-планирования, анализа рынков	ПК-5у1 Уметь применять информационные системы для решения задач управленческого учета	ПК-5в1 Владеть (иметь навыки) навыками бизнес-планирования
Повышенный	ПК-5з2 Знать Инструментальные средства бизнес-планирования	ПК-5у2 Уметь Применять информационные системы для корпоративного планирования и	ПК-5в2 Владеть (иметь навыки) Навыками проведения маркетинговых

		бюджетирования, формирования консолидированной финансовой отчетности, финансового анализа.	исследований
--	--	--	--------------

ПК-21 - способностью проводить оценку экономических затрат и рисков при создании информационных систем

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ПК-21з1 Знать основные понятия интернет-бизнеса экономический анализ	ПК-21у1 Уметь проводить оценку затрат интернет-проектов	ПК-21в1 Владеть (иметь навыки) методикой оценки рисков реализации проектов в сфере ИТ-бизнеса
Повышенный	ПК-5з2 Знать современные методы оценки затрат на проектную деятельность	ПК-21у2 Уметь Прогнозировать затраты интернет-проектов	ПК-21в2 Владеть (иметь навыки) Методикой борьбы с рисками при реализации интернет-проектов

### 6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Особенности предпринимательства в Интернет	ОПК-4з1, ОПК-4з2, ОПК-4у1, ОПК-4у2, ОПК-4в1, ОПК-4в2, ПК-5з1, ПК-5з2, ПК-5у1, ПК-5у2, ПК-5в1, ПК-5в2, ПК-21з1, ПК-21з2, ПК-21у1, ПК-21у2, ПК-21в1, ПК-21в2	Оценка докладов Тестирование	Зачет
2.	Основной анализ рынка. Оценка рынка. Анализ потенциальных конкурентов	ОПК-4з1, ОПК-4з2, ОПК-4у1, ОПК-4у2, ОПК-4в1, ОПК-4в2, ПК-5з1, ПК-5з2, ПК-5у1, ПК-5у2, ПК-5в1, ПК-5в2, ПК-21з1, ПК-21з2, ПК-21у1, ПК-21у2, ПК-21в1, ПК-21в2	Оценка докладов Тестирование	Зачет

### 6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

#### Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Особенности	1. Медийная реклама, виды, особенности, возможности использования 2. Контекстная реклама, виды, особенности, возможности

<p>предпринимательства в Интернет</p>	<p>использования</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Методика составления семантического ядра</li> <li>4. Реклама в рассылках, виды, особенности, возможности использования</li> <li>5. Преимущества и недостатки медийной рекламы.</li> <li>6. Виды контекстной рекламы. Использование контекстной рекламы.</li> <li>7. Преимущества и недостатки контекстной рекламы</li> <li>8. Роль «малых» видов рекламы и связей с общественностью в рекламной компании.</li> <li>9. Методы медиапланирования в Интернет. Прецедентное медиапланирование (по известным результатам размещения рекламы на площадках), аудиторное медиапланирование (по известным характеристикам аудитории площадок).</li> <li>10. Инструменты для медиапланирования, сводные таблицы, данные исследований</li> <li>11. Таргетинг рекламы, виды таргетинга</li> <li>12. Системы управления рекламой</li> </ol>
<p>Основной анализ рынка. Оценка рынка. Анализ потенциальных конкурентов</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Эксперименты в медиапланировании</li> <li>2. Связь использования различных видов рекламы и типа цели компании</li> <li>3. Методы медиапланирования в Интернете, их особенности</li> <li>4. Основные принципы медиапланирования в Интернете</li> <li>5. Таргетинг, его назначение</li> <li>6. Взаимодействие с потребителем: консультирование, рассмотрение претензий, гарантийное обслуживание</li> <li>7. Продажа товаров в кредит.</li> <li>8. Оценка эффективности работы Интернет-магазина.</li> <li>9. Организация электронной коммерции в секторе B2B.</li> <li>10. Классификация типов межорганизационной электронной деятельности.</li> <li>11. Виды электронных торговых площадок. Электронные рынки</li> <li>12. Автоматизированные системы электронной коммерции в секторе B2B.</li> <li>13. Организация взаиморасчетов в системах B2B.</li> </ol>

**Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами) <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>**

1. Один из факторов, определивший необходимость использования интернет-технологий в маркетинге — это

- а) организация собственного интернет-представительства;
- б) улучшение качества товаров и услуг;
- в) ценообразование.

2. Интернет периода 1969—1994 гг. можно охарактеризовать как

- а) «коммерческую сеть»;
- б) «некоммерческую сеть»;
- в) исследования в сфере информатики.

3. Интернет — это

- а) взаимосвязь сетей, базирующаяся на едином коммуникационном протоколе;
- б) группа соединенных компьютеров и других устройств;
- в) мощный компьютер со специальным программным обеспечением.

4. Сайт — это

- а) программа, предназначенная для просмотра опубликованных в Интернете веб-страниц;
- б) программа, установленная на компьютере, подключенном к высокоскоростной магистрали Интернет;
- в) интегрированная часть сервера, посвященная какой-либо одной тематике.

5. Провайдерами Интернет-услуг называют компании, которые:

- а) обеспечивают пользователям доступ в Интернет;
- б) занимаются прокладкой телефонных линий;
- в) предоставляют услуги спутниковой связи.

6. Интернет-маркетинг представляет собой

- а) комплекс мероприятий по исследованию интернет-рынка и эффективному продвижению товаров с помощью современных интернет-технологий;
- б) рост продаж товаров (услуг);
- в) увеличение посещаемости Интернет-ресурса.

7. Особенности интернет-маркетинга определяются

- а) целевым потребителем;
- б) моделью интернет-бизнеса;
- в) целевым рынком.

8. Под интернет-бизнесом понимают:

- а) создание корпоративного сайта;
- б) тактические приемы Интернета;
- в) модель ведения бизнеса, одной из составных частей которого является использование сети Интернет.

9. К основным этапам коммерческой сделки не относят

- а) заключение контракта;
- б) поиск информации;
- в) создание интерактивного сайта.

10. Если любые два из четырех этапов коммерческой сделки выполняются в режиме on-line, такая сделка считается

- а) PR-акцией;
- б) основной моделью сетевого бизнеса;
- в) электронной коммерцией.

11. К основным бизнес-моделям относят

- а) только модель В2С (business-to-consumer);
- б) только модель В2В (business-to-business);
- в) модель В2С и модель В2В в равной мере.

12. Модель В2С ориентирована

- а) только на физические лица;
- б) только на юридические лица;
- в) на юридические и физические лица в равной мере.

13. К элементам, составляющим основу бизнес-модели, не относят

- а) платные сервисы для физических лиц;
- б) интерактивный веб-сайт;
- в) маркетинговую службу.

14. Модель В2В ориентирована

- а) только на физические лица;
- б) только на юридические лица;
- в) на юридические и физические лица в равной мере.

15. Персонализация — это

- а) богатство выбора товаров и услуг;
- б) партнерские отношения между потребителями и производителями при разработке требований к товарам (услугам);
- в) создание уникальных предложений со стороны владельцев Web-сайтов, отвечающее индивидуальным потребностям покупателей.

16. Совместное производство — это

- а) партнерские отношения между потребителями и производителями при разработке требований к товарам (услугам);
- б) создание уникальных предложений со стороны владельцев web-сайтов;
- в) изготовление продукции на заказ.

17. Интернет-магазин представляет собой

- а) компанию, осуществляющую торговлю в Интернете с помощью веб-сайта;
- б) специальную форму on-line заказа;
- в) электронный каталог товаров.

18. Сайт Интернет-магазина содержит

- а) только каталоги товаров;
- б) только клиентскую базу;
- в) каталоги товаров и клиентскую базу.

19. Чтобы получить возможность совершить покупку в Интернет-магазине, главное, что

необходимо сделать клиенту, — это

- а) позвонить администратору магазина;
- б) зарегистрироваться на сайте;
- в) сделать заказ.

20. Для обеспечения конфиденциальности информации, оставляемой клиентом на сайте, могут быть применены

- а) только специальные средства защиты и шифрования;
- б) только пароли;
- в) специальные средства защиты и шифрования и пароли.

21. Если клиент приобретает товар в Интернет-магазине, то он

- а) должен оплатить его исключительно при получении товара;
- б) должен оплатить его исключительно по предоплате;
- в) может оплатить его как при получении товара, так и по предоплате.

22. Основной функцией создания корпоративного сайта является

- а) только поддержка существующего бизнеса;
- б) только продвижение товаров и услуг компании в сети;
- в) поддержка существующего бизнеса и продвижение товаров и услуг компании в сети.

## 6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

### Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Особенности предпринимательства в Интернет	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Виды предприятий в Интернет. Степень присутствия предприятия в Интернет. Коммерческие и некоммерческие организации в Интернет.</li><li>2. Сообщества и социальные сети в Интернет.</li><li>3. Организация производственной деятельности в Интернет.</li><li>4. Виртуальные предприятия.</li><li>5. Организация продаж и предоставление услуг в Интернет.</li><li>6. Организация взаимодействия между Интернет-предприятиями. Взаимодействие Интернет-предприятий с физическими и юридическими лицами.</li><li>7. Организация взаимодействия Интернет-предприятий с потребителями товаров и услуг.</li><li>8. Основные модели бизнеса в Интернет. Источники доходов Интернет-предприятий.</li><li>9. Место отдела Интернет-маркетинга в компании. Круг задач отдела Интернетмаркетинга в компании</li><li>10. Схемы коммуникаций в Интернет-маркетинге</li><li>11. Какие вы знаете методы привлечения покупателей в интернет-магазин?</li><li>12. Расскажите о виртуальных аукционах, их разновидностях и организации работы.</li><li>13. Перечислите основные проблемы электронной торговли в России.</li><li>14. Назовите основные способы оплаты товаров в Интернете, дайте их сравнительную характеристику.</li><li>15. Расскажите о платежных системах Интернета. Перечислите предъявляемые к ним требования и укажите их разновидности</li></ol>

<p>Основной анализ рынка. Оценка рынка. Анализ потенциальных конкурентов</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Типы целей компании в Интернет</li> <li>2. Определение типов целей, соответствующих стратегии компании</li> <li>3. Достижимость целевой группы и достижимость коммуникации. Виды коммуникаций, которые невозможно перенести в Интернет.</li> <li>4. Связь между типами целей компании и схемой коммуникации в Интернет.</li> <li>5. Инструменты сайта в зависимости от выбранного типа цели</li> <li>6. Взаимосвязь конструкции сайта и выбранного типа цели сайта компании</li> <li>7. Методика определения целевой аудитории и поиска ее в Интернет.</li> <li>8. Взаимосвязь целевой аудитории и типа рекламной кампании, используемых рекламных инструментов</li> <li>9. Определение целевой аудитория продукта на маркетинговом поле и в Интернет.</li> <li>10. Виды целевой аудитории. Взаимосвязь вида целевой аудитории и типа цели компании.</li> <li>11. В чем заключается дистанционное обучение в Интернете?</li> <li>12. Перечислите коммуникативные услуги в Интернете. Расскажите об их использовании для организации общения и коммерческих целях.</li> <li>13. Опишите технологию создания web-сайтов.</li> <li>14. Что такое корпоративные информационные системы в структуре электронной коммерции?</li> <li>15. Какие существуют методы защиты информации в Интернете?</li> </ol>
--	--

**6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации**

**Шкала и критерии оценивания**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы</b>
<b>«зачтено»</b>	ОПК-4з1, ОПК-4у1, ОПК-4в1, ПК-5з1, ПК-5у1, ПК-5в1, ПК-21з1, ПК-21у1, ПК-21в1
<b>«не зачтено»</b>	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне