

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 Документ подписан посредством электронной подписи
 Информация о владельце: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 ФИО: Игнатенко Виталий Иванович высшего образования
 Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике
 Дата подписания: 16.02.2023 06:14:27 "Норильский государственный индустриальный институт"
 Уникальный программный ключ: (НГИИ)
 a49ae343af5448d45d7e3e1e499659da8109ba78

УТВЕРЖДАЮ
 Зав. кафедрой
 к.э.н., А.И. Мониц

Интернет -предпринимательство

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Экономика, менеджмент и организация производства**
 Учебный план 38.03.01_ФК-19з_заочная форма_2020 испр УМУ.plx
 Направление подготовки 38.03.01 Экономика
 Профиль подготовки Финансы и кредит
 Квалификация **бакалавр**
 Форма обучения **заочная**
 Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
 в том числе:
 аудиторные занятия 8
 самостоятельная работа 96
 часов на контроль 4
 Виды контроля на курсах:
 зачеты 3

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	4	4	4	4
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8	8	8	8
Сам. работа	96	96	96	96
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.э.н доцент Евгений Васильевич Трифонов

Рецензент(ы):

к.э.н Доцент Алла Ивановна Монич

Рабочая программа дисциплины

Интернет -предпринимательство

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 ЭКОНОМИКА (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 12.11.2015 г. № 1327)

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от г. №

Срок действия программы: уч.г.

Зав. кафедрой к.э.н., А.И. Монич

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., А.И. Мониц _____ 2021 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2021 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., А.И. Мониц

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., А.И. Мониц _____ 2022 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2022 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., А.И. Мониц

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., А.И. Мониц _____ 2023 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2023 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., А.И. Мониц

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

к.э.н., А.И. Мониц _____ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2024 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., А.И. Мониц

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	формирование у студентов теоретического представления и практических навыков по вопросам функционирования электронных предприятий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Студент, приступающий к освоению дисциплины Интернет-предпринимательство, должен иметь, как минимум, удовлетворительно оцененные знания по дисциплинам: Микроэкономика, Стратегическое планирование, Оценка рисков, Корпоративные финансы, Основы предпринимательского дела, Иностраннные инвестиции, Инвестиционная стратегия, Инвестиции
2.1.2	Корпоративные финансы
2.1.3	Микроэкономика
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Успешное освоение дисциплины Интернет-предпринимательство позволит студентам осознано завершить обучение по программе подготовки бакалавра экономики
2.2.2	Курс биржи

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-1: способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	
Знать:	
Уровень 1	основы существования предпринимательской деятельности с использованием Интернет-ресурсов
Уметь:	
Уровень 1	собирать и анализировать исходную информацию, необходимую для осуществления предпринимательской деятельности с использованием Интернет-ресурсов
Владеть:	
Уровень 1	приемами расчета социально-экономических показателей, характеризующих макроситуацию, в том числе с использованием возможностей сети Интернет

ПК-2: способностью на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов	
Знать:	
Уровень 1	основные экономические показатели, описывающие деятельность хозяйствующих субъектов и порядок их расчета, которые могут быть использованы для осуществления интернет-предпринимательства
Уметь:	
Уровень 1	рассчитывать основные социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов, которые могут быть использованы в целях организации и осуществления предпринимательской деятельности с использованием возможностей сети Интернет
Владеть:	
Уровень 1	базовыми навыками бухгалтерского и статистического учета, составления отчетности, анализа хозяйственной деятельности, анализа отчетности в целях организации интернет-предпринимательства

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основы существования предпринимательской деятельности с использованием Интернет-ресурсов.
3.1.2	основные экономические показатели, описывающие деятельность хозяйствующих субъектов и порядок их расчета, которые могут быть использованы для осуществления интернет-предпринимательства.
3.2	Уметь:
3.2.1	собирать и анализировать исходную информацию, необходимую для осуществления предпринимательской деятельности с использованием Интернет-ресурсов.
3.2.2	рассчитывать основные социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов, которые могут быть использованы в целях организации и осуществления предпринимательской деятельности с использованием возможностей сети Интернет.
3.3	Владеть:

3.3.1	приемами расчета социально-экономических показателей, характеризующих макроситуацию, в том числе с использованием возможностей сети Интернет.
3.3.2	базовыми навыками бухгалтерского и статистического учета, составления отчетности, анализа хозяйственной деятельности, анализа отчетности в целях организации интернет-предпринимательства.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Интернет-предпринимательство						
1.1	Основы функционирования глобальной сети Internet, как среды для экономической деятельности и основа электронного бизнеса. Электронная коммерция и её место в современной экономике /Лек/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.7 Л2.8	0	
1.2	Основы функционирования глобальной сети Internet, как среды для экономической деятельности и основа электронного бизнеса. Электронная коммерция и её место в современной экономике /Пр/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.3	Основы функционирования глобальной сети Internet, как среды для экономической деятельности и основа электронного бизнеса /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.7 Л2.8	0	
1.4	Электронная коммерция и её место в современной экономике /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.5	Основные способы ведения сетевого бизнеса. Сектора электронной коммерции /Лек/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.6	Основные способы ведения сетевого бизнеса. Сектора электронной коммерции /Пр/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.7	Основные способы ведения сетевого бизнеса. Сектора электронной коммерции /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.8	Интернет - маркетинг и платежные системы в Интернет. /Лек/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.9	Интернет - маркетинг и платежные системы в Интернет. /Пр/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.10	Интернет - маркетинг /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	

1.11	Платежные системы в Интернет /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.12	Модели интернет - предпринимательств. Организация Web- сайта для ведения собственного электронного бизнеса. Комплекс электронного маркетинга. /Лек/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.13	Модели интернет - предпринимательств. Организация Web- сайта для ведения собственного электронного бизнеса. Комплекс электронного маркетинга. /Пр/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.14	Комплекс электронного маркетинга /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.15	Модели интернет - предпринимательств /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.16	Организация Web-сайта для ведения собственного электронного бизнеса /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

1. История возникновения Всемирной паутины
2. Интернет, как инструмент ведения бизнеса
3. Электронная коммерция и её место в современной экономике
4. Характеристика сектора Бизнес-Бизнес (B2B)
5. Характеристика сектора Бизнес - Потребитель (B2C)
6. Характеристика сектора Потребитель - Потребитель (C2C)
7. Использование систем класса Peer-to-peer (P2P)
8. Взаимодействие бизнеса и граждан с государством (B2A B2G C2A C2G)
9. Понятие маркетинга в Интернете
10. Специфика сетевого бизнеса
11. Участники сетевого маркетингового процесса в Интернете
12. Электронный маркетинг и его комплекс
13. Платежные системы в Интернет
14. Способы оплаты в Интернет
15. Классификация систем электронных денег
16. Классификация платежей и платежных систем
17. Кредитные системы
18. Модели интернет – предпринимательства
19. Модель категорий и понятий интернет-предпринимательства
20. Организация Web-сайта для ведения собственного электронного бизнеса
21. Классификация Web-сайтов
22. Принципы построения web-сайтов для решения задач маркетинга
23. Разработка дизайна WEB- сайта
24. Электронный формат товаров и услуг в Интернете
25. Услуги на электронном рынке
26. Ценообразование в сети интернет
27. Интернет как канал распределения

5.2. Темы письменных работ

нет

5.3. Фонд оценочных средств

1. Для чего служит бизнес-модель?
 - А. Для описания того, как создать, развить и успешно продвигать свой бизнес

- Б. Для деловых игр
В. Для обучения
Г. Для планирования экономического развития на территории муниципального образования
Д. Для планирования малого и среднего бизнеса
2. Какие наборы элементов включает в себя бизнес-модель?
А. Потребительские сегменты, Ценностные предложения, Каналы сбыта, Взаимоотношения с клиентами, Ключевые ресурсы, Ключевые виды деятельности, Ключевые партнеры
Б. Потребительские сегменты, Ценностные предложения, Каналы сбыта, Взаимоотношения с клиентами, Потoki поступления доходов, Ключевые ресурсы, Ключевые виды деятельности, Ключевые партнеры, Структура издержек
В. Потребительские сегменты, Ценностные предложения, Потoki поступления доходов, Ключевые партнеры, Структура издержек
Г. Потребительские сегменты, Ценностные предложения, Каналы сбыта, Взаимоотношения с клиентами, Потoki поступления доходов
Д. Потребительские сегменты, Ценностные предложения, Взаимоотношения с клиентами, Потoki поступления доходов, Ключевые ресурсы, Ключевые виды деятельности, Структура издержек
3. Какие преимущества предоставляет Интернет бизнесу?
А. Возможность предоставлять свои блага клиентам дистанционно
Б. Возможность работать с партнерами дистанционно
В. Возможность заявить о себе на глобальных рынках
Г. Возможность заниматься высокотехнологичными видами бизнеса
Д. Возможность избежать контроля со стороны государства
4. Какие черты бизнес-модели позволили Apple выиграть конкуренцию на рынке медиа-плееров?
А. Сочетание в ценностном предложении уникального медиа-плеера iPod с доступом к музыкальному онлайн-магазину
Б. Сочетание в ценностном предложении программного обеспечения iTunes с доступом к онлайн-магазину, а также договоренность со звукозаписывающими компаниями о создании музыкальной онлайн-библиотеки. Пользователи без ограничений могут находить и слушать любую музыку
В. Сочетание в ценностном предложении уникального доступа к онлайн-магазину, а также договоренность со звукозаписывающими компаниями о создании музыкальной онлайн-библиотеки. Пользователи без ограничений могут находить и слушать любую музыку
Г. Сочетание в ценностном предложении уникального медиа-плеера iPod с программным обеспечением iTunes и доступ к онлайн-магазину, а также договоренность со звукозаписывающими компаниями о создании музыкальной онлайн-библиотеки. Пользователи без ограничений могут находить и слушать любую музыку
Д. Сочетание в ценностном предложении договоренности со звукозаписывающими компаниями о создании музыкальной онлайн-библиотеки, позволяющей пользователям без ограничений находить и слушать любую музыку
5. На основании чего интернет-предприниматели разделяют клиентов на различные потребительские сегменты?
А. Сходство в запросах, Сходство каналов сбыта, Схожие формы взаимоотношений, Схожие выгоды, Схожие предложения
Б. Сходство в возрасте и по полу, Сходство политических взглядов, Сходство по региону проживания и работы, Схожесть национальных предпочтений
В. Различия в возрасте и по полу, Различия политических взглядов, Различия по региону проживания и работы, Различия национальных предпочтений
Г. Различия в уровне образования, Различия по социальному признаку, Различия по культурным предпочтениям, Различия по религиозным убеждениям
Д. Различия в запросах, Разные каналы сбыта, Разные формы взаимоотношений, Разные выгоды, Различные предложения
6. Какие концепции бизнес-моделей лежат в основе интернет-предпринимательства?
А. Концепция «Разделения», концепция «Длинный хвост», концепция «Многосторонних платформ», концепция «FREE», концепция «Открытые бизнес-модели»
Б. Концепция «Продажи оборудования», концепция «Продажи программного обеспечения», концепция «Услуги информационных технологий»
В. Концепция «Продажи оборудования розничным покупателям», Концепция «Продажи оборудования компаниям», концепция «Продажи программного обеспечения розничным покупателям», концепция «Продажи программного обеспечения компаниям», концепция «Услуги информационных технологий розничным покупателям», концепция «Услуги информационных технологий компаниям»
Г. Концепция «Интернет-торговля» всем и для всех
Д. Все вышеперечисленное
7. По каким векторам деятельности происходит разделение бизнеса?
А. Бизнес, ориентированный на отдельный вид экономической деятельности
Б. Бизнес, ориентированный на клиентов. Бизнес, ориентированный на инновации. Бизнес, ориентированный на инфраструктуру
В. Бизнес, ориентированный на все виды деятельности сосредоточенные в одном регионе (городе)
Г. Бизнес, ориентированный на отдельный потребительский сегмент
Д. Бизнес, ориентированный на каждую форму взаимоотношений с клиентами
8. Что лежит в основе бизнес-модели «Длинный хвост»?
А. Интернет-продажа основного товара и его дальнейшее сервисное обслуживание
Б. Интернет-продажа любого товара, в основу которой положена система скидок для последующих выбранных товаров
В. Комплексные интернет-продажи нишевых товаров
Г. Интернет-продажи товаров, основанные на «сетях продаж»
Д. Все вышеперечисленное
9. Что лежит в основе бизнес-модели «Многосторонние платформы»?

- А. Обслуживание всех, кто обращается к интернет-бизнесу
Б. Обслуживание нескольких групп потребителей
В. Реализация нескольких видов взаимосвязанных благ
Г. «Сетевой эффект» или положительно взаимосвязанные между собой группы потребителей: усиление активности одной группы усиливает активность других или при ослаблении активности одной группы усиливается активность других групп
Д. Сетевой маркетинг
10. В чем проявляется сущность бизнес-модели «FREE»?
А. Как минимум один потребительский сегмент дает такие сверхдоходы, что интернет-бизнес финансирует другие потребительские сегменты, в которых блага передаются потребителям бесплатно
Б. Интернет-бизнес реализует любые блага без разрешения владельцев брендов
В. Интернет-бизнес свободно масштабируется и это приводит к быстрому росту его доходов
Г. Интернет-бизнес свободно перемещается из одной страны в другую в связи с усилением экономической активности в других государствах
Д. Как минимум один потребительский сегмент получает блага бесплатно, а финансирование бизнеса осуществляется за счет других потребительских сегментов
11. В чем проявляется сущность «открытых» бизнес-моделей?
А. Кооперация разных интернет-бизнесов, в основе которой лежит использование ресурсов, не востребованных собственным бизнесом
Б. Кооперация интернет-бизнеса с другими компаниями с целью информировать рынки об их не ликвидных ресурсах
В. Реализация любых благ через интернет-магазины
Г. Реализация любых благ через интернет-магазины на основе договора комиссии
Д. Реализация любых благ через интернет-магазины на основе агентского договора
12. С какой целью интернет-предприниматели формируют карты эмпатии своих клиентов?
А. Для увеличения продаж
Б. Для того, чтобы знать мнение потребителей о предлагаемых благах и на этой основе совершенствовать ценностные предложения, формы взаимоотношений с клиентами, каналы сбыта и другие элементы бизнес-модели
В. Для расширения ассортимента
Г. Для удержания внимания покупателей на своих товарах
Д. Для того, чтобы сформировать клиентскую базу
13. Что является основой инноваций в бизнес-моделях?
А. Ключевые партнеры, Каналы сбыта, Ключевые виды деятельности, Структура издержек
Б. Результаты анализа сильных и слабых сторон бизнеса
В. Ключевые ресурсы, Ценностные предложения, Потребительские сегменты, финансы, результаты анализа сильных и слабых сторон бизнеса
Г. Конкуренты
Д. Все вышеперечисленное
14. Какие технологии формирования инноваций используются интернет-предпринимателями?
А. Сценарии «Что-если?»
Б. Методы генерации идей (мозговой штурм, образное мышление, исследование идей)
В. Прототипирование
Г. Сторителлинг
Д. Все вышеперечисленное
15. Какие сценарии можно использовать для развития интернет-предпринимательства
А. Сценарии на основе маркетинговых исследований
Б. Сценарии на основе социальных опросов
В. Сценарии на основе анализа фокус-групп
Г. Клиентский сценарий и сценарное планирование
Д. Бизнес-сценарий от собственников ключевых ресурсов
16. Какие стратегические сферы деятельности определяют успех интернет-предпринимательства?
А. Среда бизнес-моделирования
Б. Оценка бизнес-моделей
В. Бизнес-модели и стратегия «голубого океана»
Г. Управление множеством бизнес-моделей в рамках компании
Д. Все вышеперечисленное
17. Какие факторы необходимо учитывать в процессе бизнес-моделирования для интернет-предпринимательства?
А. Макроэкономические
Б. Рыночные
В. Отраслевые
Г. Основные тенденции
Д. Все вышеперечисленное
18. Что включают в себя макроэкономические факторы?
А. Ситуацию на мировом рынке
Б. Ситуацию на фондовых рынках
В. Состояние экономической инфраструктуры
Г. Оценку сырья и других ресурсов
Д. Все вышеперечисленное
19. Что включают в себя рыночные факторы?
А. Сегменты рынка и его движущие силы

<p>Б. Оценку спроса и предложения В. Затраты на переключение между сегментами Г. Привлечение денежных потоков с ожидаемой доходностью Д. Все вышеперечисленное</p> <p>20. Что включают в себя отраслевые факторы? А. Участники цепочки создания стоимости Б. Конкуренты - «Старые и новые» компании В. Заинтересованные стороны Г. Заменители – товары и услуги Д. Все вышеперечисленное</p> <p>21. Какие тенденции относятся к ключевым? А. Законодательные Б. Общественные и культурные В. Технологические Г. Социоэкономические Д. Все вышеперечисленные</p> <p>22. Что необходимо делать в рамках стратегического управления интернет-бизнесом? А. Ежегодно оценивать бизнес-модель по двум векторам: общая оценка в сравнении с отраслевыми показателями и тестирование сильных и слабых сторон бизнес-модели Б. Ежегодно оценивать бизнес-модель по двум векторам: как повысить удовлетворенность клиентов и как увеличить прибыль В. Ежегодно оценивать бизнес-модель по двум векторам: как повысить удовлетворенность инвесторов и клиентов Г. Ежегодно оценивать бизнес-модель по двум векторам: выявление сильных и слабых сторон Д. Ежегодно оценивать бизнес-модель по двум векторам: кто наши конкуренты и с кем можно сотрудничать</p> <p>23. Что предлагает стратегия «голубого океана» в отличие от традиционной бизнес-стратегии? А. Утопить конкурентов в «волнах» своих новых благ Б. Создание новых рынков на основе инновации ценности В. Поглотить конкурентов Г. Занять монопольное положение на рынке за счет технологических новшеств в производстве и сбыте благ Д. Максимально расширить сотрудничество с потребителями через информационные каналы</p> <p>24. Что включает в себя модель четырех действий Кима и Моборна? А. Какие факторы, рассматриваемые отраслью как естественные, следует исключить? Б. Какие факторы следует значительно сократить по сравнению с существующими в отрасли стандартами? В. Какие факторы следует значительно увеличить по сравнению с существующими в отрасли стандартами? Г. Какие факторы из никогда ранее не предлагавшихся в отрасли следует создать? Д. Все вышеперечисленное</p> <p>25. Как оценить соответствие информационно-технологических ресурсов стратегии развития интернет-предпринимательства? А. Нужно приглашать аудиторов в сфере информационных технологий Б. Нужно пользоваться собственными специалистами для такой оценки В. Сопоставляя попарно элементы бизнес-модели с существующими информационно-технологическими решениями можно получить оценку соответствия этих решений стратегическим целям интернет-предпринимательства? Г. Нужно обращаться к владельцам облачных сервисов за услугами информационно-технологического сопровождения Д. Сопоставляя попарно элементы бизнес-модели с предлагаемыми на рынках информационно-технологическими решениями можно подобрать любой комплект оборудования, программного обеспечения и сервисов</p>
5.4. Перечень видов оценочных средств
Контрольные задания, тесты

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие, размещение	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Агешкина Н.А., Харитонов Л.И.	Потребитель. Защита ваших прав, гарантии, сервис, возврат, интернет-покупки: практическое пособие http://www.iprbookshop.ru/5012.html	Москва: Эксмо, 2012	0
Л1.2	Мартынов В.Г., Андреев А.Ф., Пухов А.В.	Электронные деньги. Интернет платежи: учебное пособие http://www.iprbookshop.ru/9043.html	Москва: ЦИПСИ, 2010	0
Л1.3	Сухорукова М.В., Тябин И.В.	Введение в предпринимательство для ИТ-проектов: учебное пособие http://www.iprbookshop.ru/39549.html	Москва: Интернет- Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016	0

	Авторы, составители	Заглавие, размещение	Издательство, год	Колич-во
Л1.4	Ревенков П.В.	Финансовый мониторинг в условиях интернет-платежей: практическое руководство http://www.iprbookshop.ru/41954.html	Москва: ЦИПСИ, 2016	0
Л1.5	Алашкин П.	Все о рекламе и продвижении в Интернете: практическое руководство http://www.iprbookshop.ru/49301.html	Москва: Альпина Паблишер, 2016	0
Л1.6	Дорохова М.А.	Как заработать в Интернете (2-е издание): практическое пособие http://www.iprbookshop.ru/57062.html	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017	0
Л1.7	Бердышев С.Н.	Секреты эффективной интернет-рекламы: практическое пособие http://www.iprbookshop.ru/75200.html	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018	0

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, размещение	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	под общ. ред. П. В. Акинина	Мировые информационные ресурсы. Интернет: практикум для вузов	М.: КНОРУС, 2008	1
Л2.2	Юденков Ю. Н. [и др.]	Интернет-технологии в банковском бизнесе: перспективы и риски: учеб.-практ. пособие	М.: Кнорус, 2011	1
Л2.3	Америди Ю.В., Гамов И.А., Дик В.В., Касаткина С., Михайлов А.С.	Банковские операции в Интернет: учебное пособие http://www.iprbookshop.ru/10616.html	Москва: Евразийский открытый институт, 2009	0
Л2.4	Мальшев С.Л.	Основы интернет-экономики: учебное пособие http://www.iprbookshop.ru/10745.html	Москва: Евразийский открытый институт, 2011	0
Л2.5	Романов А.А., Каптюхин Р.В.	Реклама. Интернет-реклама: учебное пособие http://www.iprbookshop.ru/10813.html	Москва: Евразийский открытый институт, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005	0
Л2.6	Артемов А.В.	Мониторинг информации в интернете: учебно-методическое пособие http://www.iprbookshop.ru/33429.html	Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014	0
Л2.7	Петренко С.А., Курбатов В.А.	Политики безопасности компании при работе в Интернет: практическое руководство http://www.iprbookshop.ru/63807.html	Саратов: Профобразование, 2017	0
Л2.8	Сухорукова М.В., Тябин И.В.	Предпринимательство в области мобильных приложений и облачных сервисов: учебное пособие http://www.iprbookshop.ru/73708.html	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016	0

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Что такое интернет-предпринимательство? http://www.annalevinson.com/money/что_такое_интернет_предпринимательство.html
Э2	Успешные модели онлайн-бизнеса в схемах http://www.annalevinson.com/money/modely.html
Э3	Как создать свой интернет магазин? http://www.annalevinson.com/online_store/
Э4	Онлайн аукционы в Интернете. Какие бывают и как работают
Э5	Как заработать деньги в интернете? http://www.annalevinson.com/money/dengi.html
Э6	Способы заработка в интернете на своем сайте http://www.annalevinson.com/money/presentation.html

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
6.3.1.2	MS Office Standard 2010 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
6.3.1.3	Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений)
6.3.2 Перечень информационных справочных систем	

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Дисциплина может изучаться в любой из следующих аудиторий
7.2	Специальных требований к оснащению аудитории для занятий данной дисциплиной нет
7.3	Аудитория № 428 (мультимедийная), оснащена:
7.4	• ноутбук SAMSUNG R540-JT01 – 10 шт., принтер лазерный SAMSUNG - 1 шт.,
7.5	• телевизор SAMSUNG - 1 шт.,
7.6	• компьютерные терминалы, объединенные в сеть с выходом в интернет – 12 шт.
7.7	Аудитория № 524 (мультимедийная), оснащена:
7.8	• Проектор в комплекте TOSHIBA – 1 шт.,
7.9	• Экран на штативе – 1 шт.
7.10	Аудитория № 606 (мультимедийная), оснащена:
7.11	• Экран стационарный – 1 шт.
7.12	• Проектор – 1 шт.
7.13	• Компьютеры
7.14	Аудитории № 434 и 601 ничем не оснащены, предназначены для проведения лекционных занятий

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
<p>Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины предполагает овладение материалами лекций, приобретение практических навыков работы, творческую работу при выполнении самостоятельных заданий. Процесс по освоению всей совокупности теоретического и практического материала по дисциплине должен проходить в соответствии с предложенным планом.</p> <p>Вместе с тем, каждая новая тема сначала объясняется преподавателем, рассматривается на примерах, затем для закрепления полученных на занятии знаний студенты выполняют соответствующие упражнения и получают домашние задания. Полученные оценки за выполненные упражнения и домашние задания являются основой для выставления промежуточной и итоговой аттестации.</p> <p>Изучение дисциплины помимо практической части включает лекционную. В ходе лекций раскрываются основные теоретические вопросы программы дисциплины, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются базовыми для подготовки к итоговой аттестации.</p> <p>Для закрепления полученных теоретических и практических знаний студентам в течение всего учебного года предлагаются задания для самостоятельной работы. Консультирование по выполнению индивидуальных заданий проводится как непосредственно во время занятий, так и через электронный обмен сообщениями, посредством Интернет. Контроль выполненных заданий осуществляется либо непосредственно на занятиях, либо на консультациях.</p> <p>Наличие методических рекомендаций по изучению каждой темы, большого набора заданий для самостоятельной работы по закреплению изучаемого, тестов для контроля знаний по каждой теме позволяет повысить эффективность учебного процесса.</p> <p>Для подготовки к итоговой аттестации студентам рекомендуются учебники и практикумы, включающие терминологическую часть, вопросы для самоконтроля и тесты. Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины предполагает овладение материалами лекций, приобретение практических навыков работы на ПК в среде MS Office, творческую работу при выполнении индивидуальных самостоятельных заданий.</p>	

**Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования «Донской государственный
технический университет» в г. Шахты Ростовской области
(ИСОиП (филиал) ДГТУ в г. Шахты)**

УТВЕРЖДАЮ

Директор

_____ С.Г. Страданченко

_____ 2020 г.

**Интернет -предпринимательство
рабочая программа дисциплины (модуля)**

Закреплена за кафедрой **Экономика, менеджмент и организация производства**

Учебный план 38.03.01_ФК-19з_заочная форма_2020 испр УМУ.plx
Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Профиль подготовки Финансы и кредит

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	108	Виды контроля на курсах:
в том числе:		зачеты 3
аудиторные занятия	8	
самостоятельная работа	96	
часов на контроль	4	

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
	УП	РП		
Лекции	4	4	4	4
Практические	4	4	4	4
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8	8	8	8
Сам. работа	96	96	96	96
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.э.н, доцент, Евгений Васильевич Трифонов _____

Рецензент(ы):

к.э.н, Доцент, Алла Ивановна Мониц _____

Рабочая программа дисциплины

Интернет -предпринимательство

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 ЭКОНОМИКА (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 12.11.2015 г. № 1327)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Профиль подготовки Финансы и кредит

утвержденного учёным советом вуза от 08.05.2020 протокол № 10-4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2020 г. № ____

Срок действия программы: уч.г.

Зав. кафедрой к.э.н., А.И. Мониц

Председатель НМС УГН(С)

_____ 2020 г.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель НМС УГН(С)

__ _____ 2021 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2021 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., А.И. Мониц

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель НМС УГН(С)

__ _____ 2022 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2022 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., А.И. Мониц

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель НМС УГН(С)

__ _____ 2023 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2023 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., А.И. Мониц

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель НМС УГН(С)

__ _____ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры
Экономика, менеджмент и организация производства

Протокол от _____ 2024 г. № ____
Зав. кафедрой к.э.н., А.И. Мониц

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	формирование у студентов теоретического представления и практических навыков по вопросам функционирования электронных предприятий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Студент, приступающий к освоению дисциплины Интернет-предпринимательство, должен иметь, как минимум, удовлетворительно оцененные знания по дисциплинам: Микроэкономика, Стратегическое планирование, Оценка рисков, Корпоративные финансы, Основы предпринимательского дела, Иностранные инвестиции, Инвестиционная стратегия, Инвестиции
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Успешное освоение дисциплины Интернет-предпринимательство позволит студентам осознано завершить обучение по программе подготовки бакалавра экономики

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-1: способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	
Знать:	
Уровень 1	основы существования предпринимательской деятельности с использованием Интернет-ресурсов
Уметь:	
Уровень 1	собирать и анализировать исходную информацию, необходимую для осуществления предпринимательской деятельности с использованием Интернет-ресурсов
Владеть:	
Уровень 1	приемами расчета социально-экономических показателей, характеризующих макроситуацию, в том числе с использованием возможностей сети Интернет

ПК-2: способностью на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов	
Знать:	
Уровень 1	основные экономические показатели, описывающие деятельность хозяйствующих субъектов и порядок их расчета, которые могут быть использованы для осуществления интернет-предпринимательства
Уметь:	
Уровень 1	рассчитывать основные социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов, которые могут быть использованы в целях организации и осуществления предпринимательской деятельности с использованием возможностей сети Интернет
Владеть:	
Уровень 1	базовыми навыками бухгалтерского и статистического учета, составления отчетности, анализа хозяйственной деятельности, анализа отчетности в целях организации интернет-предпринимательства

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основы существования предпринимательской деятельности с использованием Интернет-ресурсов.
3.1.2	основные экономические показатели, описывающие деятельность хозяйствующих субъектов и порядок их расчета, которые могут быть использованы для осуществления интернет-предпринимательства.
3.2	Уметь:
3.2.1	собирать и анализировать исходную информацию, необходимую для осуществления предпринимательской деятельности с использованием Интернет-ресурсов.
3.2.2	рассчитывать основные социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов, которые могут быть использованы в целях организации и осуществления предпринимательской деятельности с использованием возможностей сети Интернет.
3.3	Владеть:
3.3.1	приемами расчета социально-экономических показателей, характеризующих макроситуацию, в том числе с использованием возможностей сети Интернет.
3.3.2	базовыми навыками бухгалтерского и статистического учета, составления отчетности, анализа хозяйственной деятельности, анализа отчетности в целях организации интернет-предпринимательства.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Интернет-предпринимательство						
1.1	Основы функционирования глобальной сети Internet, как среды для экономической деятельности и основа электронного бизнеса. Электронная коммерция и её место в современной экономике /Лек/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.7 Л2.8	0	
1.2	Основы функционирования глобальной сети Internet, как среды для экономической деятельности и основа электронного бизнеса. Электронная коммерция и её место в современной экономике /Пр/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.3	Основы функционирования глобальной сети Internet, как среды для экономической деятельности и основа электронного бизнеса /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.7 Л2.8	0	
1.4	Электронная коммерция и её место в современной экономике /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.5	Основные способы ведения сетевого бизнеса. Сектора электронной коммерции /Лек/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.6	Основные способы ведения сетевого бизнеса. Сектора электронной коммерции /Пр/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.7	Основные способы ведения сетевого бизнеса. Сектора электронной коммерции /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.8	Интернет - маркетинг и платежные системы в Интернет. /Лек/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.9	Интернет - маркетинг и платежные системы в Интернет. /Пр/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.10	Интернет - маркетинг /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.11	Платежные системы в Интернет /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	

1.12	Модели интернет - предпринимательств. Организация Web- сайта для ведения собственного электронного бизнеса. Комплекс электронного маркетинга. /Лек/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.13	Модели интернет - предпринимательств. Организация Web- сайта для ведения собственного электронного бизнеса. Комплекс электронного маркетинга. /Пр/	3	1	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.14	Комплекс электронного маркетинга /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.15	Модели интернет - предпринимательств /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	
1.16	Организация Web-сайта для ведения собственного электронного бизнеса /Ср/	3	12	ПК-1 ПК-2	Л1.3 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.6 Л2.7 Л2.8	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

1. История возникновения Всемирной паутины
2. Интернет, как инструмент ведения бизнеса
3. Электронная коммерция и её место в современной экономике
4. Характеристика сектора Бизнес-Бизнес (B2B)
5. Характеристика сектора Бизнес - Потребитель (B2C)
6. Характеристика сектора Потребитель - Потребитель (C2C)
7. Использование систем класса Peer-to-peer (P2P)
8. Взаимодействие бизнеса и граждан с государством (B2A B2G C2A C2G)
9. Понятие маркетинга в Интернете
10. Специфика сетевого бизнеса
11. Участники сетевого маркетингового процесса в Интернете
12. Электронный маркетинг и его комплекс
13. Платежные системы в Интернет
14. Способы оплаты в Интернет
15. Классификация систем электронных денег
16. Классификация платежей и платежных систем
17. Кредитные системы
18. Модели интернет – предпринимательства
19. Модель категорий и понятий интернет-предпринимательства
20. Организация Web-сайта для ведения собственного электронного бизнеса
21. Классификация Web-сайтов
22. Принципы построения web-сайтов для решения задач маркетинга
23. Разработка дизайна WEB- сайта
24. Электронный формат товаров и услуг в Интернете
25. Услуги на электронном рынке
26. Ценообразование в сети интернет
27. Интернет как канал распределения

5.2. Темы письменных работ

нет

5.3. Фонд оценочных средств

1. Для чего служит бизнес-модель?
 - А. Для описания того, как создать, развить и успешно продвигать свой бизнес
 - Б. Для деловых игр
 - В. Для обучения
 - Г. Для планирования экономического развития на территории муниципального образования
 - Д. Для планирования малого и среднего бизнеса
2. Какие наборы элементов включает в себя бизнес-модель?
 - А. Потребительские сегменты, Ценностные предложения, Каналы сбыта, Взаимоотношения с клиентами, Ключевые

- ресурсы, Ключевые виды деятельности, Ключевые партнеры
- Б. Потребительские сегменты, Ценностные предложения, Каналы сбыта, Взаимоотношения с клиентами, Потоки поступления доходов, Ключевые ресурсы, Ключевые виды деятельности, Ключевые партнеры, Структура издержек
- В. Потребительские сегменты, Ценностные предложения, Потоки поступления доходов, Ключевые партнеры, Структура издержек
- Г. Потребительские сегменты, Ценностные предложения, Каналы сбыта, Взаимоотношения с клиентами, Потоки поступления доходов
- Д. Потребительские сегменты, Ценностные предложения, Взаимоотношения с клиентами, Потоки поступления доходов, Ключевые ресурсы, Ключевые виды деятельности, Структура издержек
3. Какие преимущества предоставляет Интернет бизнесу?
- А. Возможность предоставлять свои блага клиентам дистанционно
- Б. Возможность работать с партнерами дистанционно
- В. Возможность заявить о себе на глобальных рынках
- Г. Возможность заниматься высокотехнологичными видами бизнеса
- Д. Возможность избежать контроля со стороны государства
4. Какие черты бизнес-модели позволили Apple выиграть конкуренцию на рынке медиа-плееров?
- А. Сочетание в ценностном предложении уникального медиа-плеера iPod с доступом к музыкальному онлайн-магазину
- Б. Сочетание в ценностном предложении программного обеспечения iTunes с доступом к онлайн-магазину, а также договоренность со звукозаписывающими компаниями о создании музыкальной онлайн-библиотеки. Пользователи без ограничений могут находить и слушать любую музыку
- В. Сочетание в ценностном предложении уникального доступа к онлайн-магазину, а также договоренность со звукозаписывающими компаниями о создании музыкальной онлайн-библиотеки. Пользователи без ограничений могут находить и слушать любую музыку
- Г. Сочетание в ценностном предложении уникального медиа-плеера iPod с программным обеспечением iTunes и доступ к онлайн-магазину, а также договоренность со звукозаписывающими компаниями о создании музыкальной онлайн-библиотеки. Пользователи без ограничений могут находить и слушать любую музыку
- Д. Сочетание в ценностном предложении договоренности со звукозаписывающими компаниями о создании музыкальной онлайн-библиотеки, позволяющей пользователям без ограничений находить и слушать любую музыку
5. На основании чего интернет-предприниматели разделяют клиентов на различные потребительские сегменты?
- А. Сходство в запросах, Сходство каналов сбыта, Схожие формы взаимоотношений, Схожие выгоды, Схожие предложения
- Б. Сходство в возрасте и по полу, Сходство политических взглядов, Сходство по региону проживания и работы, Схожесть национальных предпочтений
- В. Различия в возрасте и по полу, Различия политических взглядов, Различия по региону проживания и работы, Различия национальных предпочтений
- Г. Различия в уровне образования, Различия по социальному признаку, Различия по культурным предпочтениям, Различия по религиозным убеждениям
- Д. Различия в запросах, Разные каналы сбыта, Разные формы взаимоотношений, Разные выгоды, Различные предложения
6. Какие концепции бизнес-моделей лежат в основе интернет-предпринимательства?
- А. Концепция «Разделения», концепция «Длинный хвост», концепция «Многосторонних платформ», концепция «FREE», концепция «Открытые бизнес-модели»
- Б. Концепция «Продажи оборудования», концепция «Продажи программного обеспечения», концепция «Услуги информационных технологий»
- В. Концепция «Продажи оборудования розничным покупателям», Концепция «Продажи оборудования компаниям», концепция «Продажи программного обеспечения розничным покупателям», концепция «Продажи программного обеспечения компаниям», концепция «Услуги информационных технологий розничным покупателям», концепция «Услуги информационных технологий компаниям»
- Г. Концепция «Интернет-торговля» всем и для всех
- Д. Все вышеперечисленное
7. По каким векторам деятельности происходит разделение бизнеса?
- А. Бизнес, ориентированный на отдельный вид экономической деятельности
- Б. Бизнес, ориентированный на клиентов. Бизнес, ориентированный на инновации. Бизнес, ориентированный на инфраструктуру
- В. Бизнес, ориентированный на все виды деятельности сосредоточенные в одном регионе (городе)
- Г. Бизнес, ориентированный на отдельный потребительский сегмент
- Д. Бизнес, ориентированный на каждую форму взаимоотношений с клиентами
8. Что лежит в основе бизнес-модели «Длинный хвост»?
- А. Интернет-продажа основного товара и его дальнейшее сервисное обслуживание
- Б. Интернет-продажа любого товара, в основу которой положена система скидок для последующих выбранных товаров
- В. Комплексные интернет-продажи нишевых товаров
- Г. Интернет-продажи товаров, основанные на «сетях продаж»
- Д. Все вышеперечисленное
9. Что лежит в основе бизнес-модели «Многосторонние платформы»?
- А. Обслуживание всех, кто обращается к интернет-бизнесу
- Б. Обслуживание нескольких групп потребителей
- В. Реализация нескольких видов взаимосвязанных благ
- Г. «Сетевой эффект» или положительно взаимосвязанные между собой группы потребителей: усиление активности одной группы усиливает активность других или при ослаблении активности одной группы усиливается активность других групп
- Д. Сетевой маркетинг

10. В чем проявляется сущность бизнес-модели «FREE»?
- А. Как минимум один потребительский сегмент дает такие сверхдоходы, что интернет-бизнес финансирует другие потребительские сегменты, в которых блага передаются потребителям бесплатно
 - Б. Интернет-бизнес реализует любые блага без разрешения владельцев брендов
 - В. Интернет-бизнес свободно масштабируется и это приводит к быстрому росту его доходов
 - Г. Интернет-бизнес свободно перемещается из одной страны в другую в связи с усилением экономической активности в других государствах
 - Д. Как минимум один потребительский сегмент получает блага бесплатно, а финансирование бизнеса осуществляется за счет других потребительских сегментов
11. В чем проявляется сущность «открытых» бизнес-моделей?
- А. Кооперация разных интернет-бизнесов, в основе которой лежит использование ресурсов, не востребованных собственным бизнесом
 - Б. Кооперация интернет-бизнеса с другими компаниями с целью информировать рынки об их не ликвидных ресурсах
 - В. Реализация любых благ через интернет-магазины
 - Г. Реализация любых благ через интернет-магазины на основе договора комиссии
 - Д. Реализация любых благ через интернет-магазины на основе агентского договора
12. С какой целью интернет-предприниматели формируют карты эмпатии своих клиентов?
- А. Для увеличения продаж
 - Б. Для того, чтобы знать мнение потребителей о предлагаемых благах и на этой основе совершенствовать ценностные предложения, формы взаимоотношений с клиентами, каналы сбыта и другие элементы бизнес-модели
 - В. Для расширения ассортимента
 - Г. Для удержания внимания покупателей на своих товарах
 - Д. Для того, чтобы сформировать клиентскую базу
13. Что является основой инноваций в бизнес-моделях?
- А. Ключевые партнеры, Каналы сбыта, Ключевые виды деятельности, Структура издержек
 - Б. Результаты анализа сильных и слабых сторон бизнеса
 - В. Ключевые ресурсы, Ценностные предложения, Потребительские сегменты, финансы, результаты анализа сильных и слабых сторон бизнеса
 - Г. Конкуренты
 - Д. Все вышеперечисленное
14. Какие технологии формирования инноваций используются интернет-предпринимателями?
- А. Сценарии «Что-если?»
 - Б. Методы генерации идей (мозговой штурм, образное мышление, исследование идей)
 - В. Прототипирование
 - Г. Сторителлинг
 - Д. Все вышеперечисленное
15. Какие сценарии можно использовать для развития интернет-предпринимательства
- А. Сценарии на основе маркетинговых исследований
 - Б. Сценарии на основе социальных опросов
 - В. Сценарии на основе анализа фокус-групп
 - Г. Клиентский сценарий и сценарное планирование
 - Д. Бизнес-сценарий от собственников ключевых ресурсов
16. Какие стратегические сферы деятельности определяют успех интернет-предпринимательства?
- А. Среда бизнес-моделирования
 - Б. Оценка бизнес-моделей
 - В. Бизнес-модели и стратегия «голубого океана»
 - Г. Управление множеством бизнес-моделей в рамках компании
 - Д. Все вышеперечисленное
17. Какие факторы необходимо учитывать в процессе бизнес-моделирования для интернет-предпринимательства?
- А. Макроэкономические
 - Б. Рыночные
 - В. Отраслевые
 - Г. Основные тенденции
 - Д. Все вышеперечисленное
18. Что включают в себя макроэкономические факторы?
- А. Ситуацию на мировом рынке
 - Б. Ситуацию на фондовых рынках
 - В. Состояние экономической инфраструктуры
 - Г. Оценку сырья и других ресурсов
 - Д. Все вышеперечисленное
19. Что включают в себя рыночные факторы?
- А. Сегменты рынка и его движущие силы
 - Б. Оценку спроса и предложения
 - В. Затраты на переключение между сегментами
 - Г. Привлечение денежных потоков с ожидаемой доходностью
 - Д. Все вышеперечисленное
20. Что включают в себя отраслевые факторы?
- А. Участники цепочки создания стоимости

- Б. Конкуренты - «Старые и новые» компании
 В. Заинтересованные стороны
 Г. Заменители – товары и услуги
 Д. Все вышеперечисленное
21. Какие тенденции относятся к ключевым?
 А. Законодательные
 Б. Общественные и культурные
 В. Технологические
 Г. Социальноэкономические
 Д. Все вышеперечисленные
22. Что необходимо делать в рамках стратегического управления интернет-бизнесом?
 А. Ежегодно оценивать бизнес-модель по двум векторам: общая оценка в сравнении с отраслевыми показателями и тестирование сильных и слабых сторон бизнес-модели
 Б. Ежегодно оценивать бизнес-модель по двум векторам: как повысить удовлетворенность клиентов и как увеличить прибыль
 В. Ежегодно оценивать бизнес-модель по двум векторам: как повысить удовлетворенность инвесторов и клиентов
 Г. Ежегодно оценивать бизнес-модель по двум векторам: выявление сильных и слабых сторон
 Д. Ежегодно оценивать бизнес-модель по двум векторам: кто наши конкуренты и с кем можно сотрудничать
23. Что предлагает стратегия «голубого океана» в отличие от традиционной бизнес-стратегии?
 А. Утопить конкурентов в «волнах» своих новых благ
 Б. Создание новых рынков на основе инновации ценности
 В. Поглотить конкурентов
 Г. Занять монопольное положение на рынке за счет технологических новшеств в производстве и сбыте благ
 Д. Максимально расширить сотрудничество с потребителями через информационные каналы
24. Что включает в себя модель четырех действий Кима и Моборна?
 А. Какие факторы, рассматриваемые отраслью как естественные, следует исключить?
 Б. Какие факторы следует значительно сократить по сравнению с существующими в отрасли стандартами?
 В. Какие факторы следует значительно увеличить по сравнению с существующими в отрасли стандартами?
 Г. Какие факторы из никогда ранее не предлагавшихся в отрасли следует создать?
 Д. Все вышеперечисленное
25. Как оценить соответствие информационно-технологических ресурсов стратегии развития интернет-предпринимательства?
 А. Нужно приглашать аудиторов в сфере информационных технологий
 Б. Нужно пользоваться собственными специалистами для такой оценки
 В. Сопоставляя попарно элементы бизнес-модели с существующими информационно-технологическими решениями можно получить оценку соответствия этих решений стратегическим целям интернет-предпринимательства?
 Г. Нужно обращаться к владельцам облачных сервисов за услугами информационно-технологического сопровождения
 Д. Сопоставляя попарно элементы бизнес-модели с предлагаемыми на рынках информационно-технологическими решениями можно подобрать любой комплект оборудования, программного обеспечения и сервисов

5.4. Перечень видов оценочных средств

Контрольные задания, тесты

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Агешкина Н.А., Харитонов Л.И.	Потребитель. Защита ваших прав, гарантии, сервис, возврат, интернет-покупки: практическое пособие	Москва: Эксмо, 2012
Л1.2	Мартынов В.Г., Андреев А.Ф., Пухов А.В.	Электронные деньги. Интернет платежи: учебное пособие	Москва: ЦИПСИ, 2010
Л1.3	Сухорукова М.В., Тябин И.В.	Введение в предпринимательство для ИТ-проектов: учебное пособие	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016
Л1.4	Ревенков П.В.	Финансовый мониторинг в условиях интернет-платежей: практическое руководство	Москва: ЦИПСИ, 2016
Л1.5	Алашкин П.	Все о рекламе и продвижении в Интернете: практическое руководство	Москва: Альпина Паблшер, 2016
Л1.6	Дорохова М.А.	Как заработать в Интернете (2-е издание): практическое пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017
Л1.7	Бердышев С.Н.	Секреты эффективной интернет-рекламы: практическое пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	под общ. ред. П. В. Акинина	Мировые информационные ресурсы. Интернет: практикум для вузов	М.: КНОРУС, 2008
Л2.2	Юденков Ю. Н. [и др.]	Интернет-технологии в банковском бизнесе: перспективы и риски: учеб.-практ. пособие	М.: Кнорус, 2011
Л2.3	Америди Ю.В., Гамов И.А., Дик В.В., Касаткина С., Михайлов А.С.	Банковские операции в Интернет: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2009
Л2.4	Малышев С.Л.	Основы интернет-экономики: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2011
Л2.5	Романов А.А., Каптюхин Р.В.	Реклама. Интернет-реклама: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005
Л2.6	Артемов А.В.	Мониторинг информации в интернете: учебно-методическое пособие	Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014
Л2.7	Петренко С.А., Курбатов В.А.	Политики безопасности компании при работе в Интернет: практическое руководство	Саратов: Профобразование, 2017
Л2.8	Сухорукова М.В., Тябин И.В.	Предпринимательство в области мобильных приложений и облачных сервисов: учебное пособие	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Что такое интернет-предпринимательство?
Э2	Успешные модели онлайн-бизнеса в схемах
Э3	Как создать свой интернет магазин?
Э4	Онлайн аукционы в Интернете. Какие бывают и как работают
Э5	Как заработать деньги в интернете?
Э6	Способы заработка в интернете на своем сайте

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	MS Windows 7 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
6.3.1.2	MS Office Standard 2010 (Номер лицензии 62693665 от 19.11.2013)
6.3.1.3	Консультант Плюс (версия для образовательных учреждений)

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Дисциплина может изучаться в любой из следующих аудиторий
7.2	Специальных требований к оснащению аудитории для занятий данной дисциплиной нет
7.3	Аудитория № 428 (мультимедийная), оснащена:
7.4	• ноутбук SAMSUNG R540-JT01 – 10 шт., принтер лазерный SAMSUNG - 1 шт.,
7.5	• телевизор SAMSUNG - 1шт.,
7.6	• компьютерные терминалы, объединенные в сеть с выходом в интернет – 12 шт.
7.7	Аудитория № 524 (мультимедийная), оснащена:
7.8	• Проектор в комплекте TOSHIBA – 1 шт.,
7.9	• Экран на штативе – 1 шт.
7.10	Аудитория № 606 (мультимедийная), оснащена:
7.11	• Экран стационарный – 1шт.
7.12	• Проектор – 1 шт.
7.13	• Компьютеры
7.14	Аудитории № 434 и 601 ничем не оснащены, предназначены для проведения лекционных занятий

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины предполагает овладение материалами лекций,

приобретение практических навыков работы, творческую работу при выполнении самостоятельных заданий. Процесс по освоению всей совокупности теоретического и практического материала по дисциплине должен проходить в соответствии с предложенным планом.

Вместе с тем, каждая новая тема сначала объясняется преподавателем, рассматривается на примерах, затем для закрепления полученных на занятии знаний студенты выполняют соответствующие упражнения и получают домашние задания. Полученные оценки за выполненные упражнения и домашние задания являются основой для выставления промежуточной и итоговой аттестации.

Изучение дисциплины помимо практической части включает лекционную. В ходе лекций раскрываются основные теоретические вопросы программы дисциплины, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются базовыми для подготовки к итоговой аттестации.

Для закрепления полученных теоретических и практических знаний студентам в течение всего учебного года предлагаются задания для самостоятельной работы. Консультирование по выполнению индивидуальных заданий проводится как непосредственно во время занятий, так и через электронный обмен сообщениями, посредством Интернет. Контроль выполненных заданий осуществляется либо непосредственно на занятиях, либо на консультациях.

Наличие методических рекомендаций по изучению каждой темы, большого набора заданий для самостоятельной работы по закреплению изучаемого, тестов для контроля знаний по каждой теме позволяет повысить эффективность учебного процесса.

Для подготовки к итоговой аттестации студентам рекомендуются учебники и практикумы, включающие терминологическую часть, вопросы для самоконтроля и тесты. Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины предполагает овладение материалами лекций, приобретение практических навыков работы на ПК в среде MS Office, творческую работу при выполнении индивидуальных самостоятельных заданий.