



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

СОГЛАСОВАНО Руководитель ОП		Е.В. Пустовалов
« 24 » июня 2018 г.		Д.И. Земцов

« 27 » июня 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТ»

направления 09.04.01 Информатика и вычислительная техника
Магистерская программа «Технологии виртуальной и дополненной реальности»
Форма подготовки очная

курс 1 семестр 2
лекции 8 час.
практические занятия 10 час.
лабораторные работы 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 18 час.
самостоятельная работа 90 час.
контрольные работы программой не предусмотрены
курсовая работа/проект – не предусмотрено
зачет 2 семестр
экзамен – не предусмотрено учебным планом

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 09.04.01 – Информатика и вычислительная техника, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30.10.2014 № 1420

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании Дирекции Школы цифровой экономики 24 июня 2018 г., протокол №2

Составитель(и): к.э.н., Сапрыкина Е.В.

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Дирекции Школы цифровой экономики:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Заместитель директора ШЦЭ

по учебной и воспитательной работе _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Дирекции Школы цифровой экономики:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Заместитель директора ШЦЭ

по учебной и воспитательной работе _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

АННОТАЦИЯ

Рабочая программа учебной дисциплины «Бизнес в Интернет» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 09.04.01 Информатика и вычислительная техника (уровень магистратуры), профиль «Технологии виртуальной и дополненной реальности».

Рабочая программа разработана на основе макета рабочей программы учебной дисциплины для образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета, магистратуры ДВФУ, утверждённого приказом ректора ДВФУ от 08.05.2015 № 12-13-824.

Дисциплина «Бизнес в Интернет» входит в вариативную часть блока «Дисциплины (модули) по выбору» (Б1.В.ДВ.04) учебного плана подготовки магистров.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц или 108 часов. Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Семестр	Аудиторные занятия			Самостоя- тельная работа	Контроль	Всего по дисциплине	
	Лекци и	Практ ческие заняти я	Всего			Часы	Зачетные единицы
2 семестр	8	10	18	90	Зачет	108	3

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов знаний, навыков и компетенций в области технологий, реализующих механизмы ведения бизнеса во всемирной сети Интернет.

Задачи:

Задачами дисциплины являются:

изучить основные средства и инструменты продвижения и продаж в Интернете;

научиться делать выбор среди современных инструментов интернет-маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;

овладеть методами анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете.

Для успешного освоения дисциплины «Бизнес в Интернет» требуются знания в области архитектуры предприятия, управление проектами, анализа и совершенствования бизнес-процессов.

Дисциплины, последующие по учебному плану:

Защита выпускной квалификационной работы (ВКР), включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

В результате данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-5 – использованием на практике умений и навыков в организации исследовательских и проектных работ, в управлении коллективом	Знает	- способы организации исследовательских и проектных работ, управления коллективом
	Умеет	- четко определять цели и задачи деятельности, концентрировать усилия других людей, регулировать конфликты, организовывать рабочее время и распределять работу между сотрудниками согласно их компетенциям
	Владеет	- коммуникативными навыками; - практическими навыками организации исследовательских и проектных работ в управлении коллективом
ОК-6 – способность проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности	Знает	- основные правила организационно-управленческих задач и их решений, методы оценки риска
	Умеет	- принимать решения в различных ситуациях в соответствии с существующими законами, нормами, правовыми актами коммуникативными навыками, - брать на себя ответственность
	Владеет	- способами установления контактов и поддержания взаимодействия, обеспечивающими успешную работу в коллективе; быстротой принятия верного решения
ОК-7 – способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не	Знает	- основные методы и принципы поиска и классификации информации в интернете и электронных библиотеках; - современные информационные технологии получения новых знаний и умений
	Умеет	- находить, классифицировать и оценивать найденную информацию, а также использовать ее для расширения своего научного мировоззрения

связанных со сферой деятельности	Владеет	- методами поиска и обработки информации в новых областях знаний
ПК-12 – способность выбирать методы и разрабатывать алгоритмы решения задач управления и проектирования объектов автоматизации	Знает	- методы решения задач управления и проектирования объектов автоматизации
	Умеет	- осуществлять разработку алгоритмов решения задач управления и проектирования объектов автоматизации
	Владеет	- навыками выбора методов и разработки алгоритмов решения задач управления и проектирования объектов автоматизации

І. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лекционные занятия (8 часов)

Наименование тем	Часы
<p>Тема 1. Бизнес в Интернет: становление, развитие, текущее состояние, тенденции развития; особенности предпринимательства в Интернет; особенности формирования целевой аудитории в Интернете.</p> <p>Сущность системы информационного обеспечения корпоративного управления и стратегического менеджмента. Классификация информационных потоков системы информационного обеспечения корпоративного управления и стратегического менеджмента. Основные подсистемы (функциональные блоки) системы информационного обеспечения корпоративного управления и стратегического менеджмента. Блок стратегического анализа и моделирования. Блок управления по ключевым показателям. Блок корпоративного планирования и бюджетирования. Блок консолидации финансовой отчетности. Виды предприятий в Интернет. Организация производственной деятельности в Интернет. Виртуальные предприятия. Особенности взаимодействия с персоналом в виртуальном предприятии. Организация продаж и предоставление услуг в Интернет. Организация взаимодействия между Интернет-предприятиями. Взаимодействие Интернет-предприятий с физическими и юридическими лицами. Организация взаимодействия Интернет-предприятий с потребителями товаров и услуг.</p>	2
<p>Тема 2. Инструменты Интернет-маркетинга. Методы и модели ведения бизнеса в Интернет</p> <p>Основные модели бизнеса в Интернет. Методы снижения производственных издержек при использовании Интернет-технологий ведения бизнеса. Методы привлечения посетителей на сайт предприятия: модель сотрудничества, модель сообщества, модели привлечения контентом. Методы формирования и анализа целевой аудитории предприятия. Анализ существующих предприятий по сегментам глобального рынка.</p>	2
<p>Тема 3. Монетизация Интернет-проектов: организация Интернет-магазина; методы медиапланирования в Интернет; таргетинг рекламы.</p> <p>Сайт, как отражение модели Интернет-маркетинга, основные принципы конструирования модели сайта. Инструменты сайта в зависимости от выбранного типа цели. Съема построения сайта заданного типа цели. Конструкция сайта. Система управления контентом сайта. Медийная реклама, виды, особенности, возможности использования. Контекстная реклама, виды, особенности, возможности использования. Методика составления семантического ядра. Реклама в рассылках, виды, особенности, возможности использования. Оптимизация сайта для поисковых систем. Связи с общественностью. Вирусный маркетинг. Адвергейминг. Другие рекламные инструменты. Методы медиапланирования в Интернет. Прецедентное медиапланирование (по известным результатам размещения рекламы на площадках), аудиторное медиапланирование (по известным характеристикам аудитории площадок). Инструменты для медиапланирования, сводные таблицы, данные исследований Таргетинг рекламы, виды таргетинга. Системы управления рекламой Эксперименты в медиапланировании</p>	2
<p>Тема 4. Анализ эффективности деятельности компании в Интернете.</p> <p>Анализ и выбор показателей эффективности разных видов в Интернете. Показатели вэб-аналитики</p>	2

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия (10 часов)

Наименование тем и разделов	Часы
<p><i>Тема 1. Анализ эффективности маркетинга в Интернет. Инструменты анализа эффективности.</i> Методики измерения в Интернет. Инструменты измерения в Интернет. Схема анализа эффективности рекламы в Интернет. Анализ эффективности других маркетинговых действий в Интернет. Исследование эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций</p>	2
<p><i>Тема 2. Торгово-технологический процесс. Модели торгового процесса.</i> Особенности организации и управления торгово-технологическими процессами. Значение отдельных составляющих торгово-технологического процесса в организации и проектировании предприятий оптовой, розничной торговли и различных торгово-посреднических структур. Моделирование торгового процесса. Процессный подход. Структурно-функциональные, имитационные модели.</p>	2
<p><i>Тема 3. Потребительская аудитория Интернет-магазинов.</i> Структура потребительской аудитории Интернет-магазинов. Мотивация потребителей Методы и программы изучения потребительской аудитории. Отличие потребительской аудитории Интернет-магазинов от потребителей традиционных магазинов. Особенности российской потребительской аудитории. Особенности функционирования и возможные проблемы внедрения систем управления взаимодействием с клиентами.</p>	2
<p><i>Тема 4. Организация Интернет-магазина.</i> Структурно-функциональная схема типового Интернет-магазина в сфере B2C. Модель бизнес-процессов Интернет-магазина. Процессы фронт и бэк-офиса. Интернет-магазины в структуре оффлайновой фирмы. Информационная архитектура фронт-офиса. Методы представления информации о товаре. Оценка эффективности работы Интернет-магазина.</p>	2
<p><i>Тема 5. Стартапы и организация собственного бизнеса в Интернет.</i> <i>Метод обучения case-study</i> по темам: "Создание нового бизнеса или вывод на рынок нового бренда"; "Открытие нового направления в рамках существующего бизнеса"; "Укрепление (расширение) позиции компании на рынке"; "Внедрение новой технологии в компании; реализация нетривиальных, нестандартных для компании задач"</p>	2
<p><i>Итоговый тренинг: "Оценка стоимости стартапа".</i> Описание: Слушатели разбиваются на группы 2-3 чел. Каждой группе предоставляется необходимая информация (за которой стоит реальная ситуация с реальной компанией). Группа выполняет оценку стоимости стартапа. Каждая группа защищает предложенную модель перед остальными группами.</p>	

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Бизнес в Интернет» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Анализ эффективности маркетинга в Интернет. Инструменты анализа эффективности.	ОК-5 ОК-6 ОК - 7 ПК - 12	знает умеет владеет	Выполнение и защита практических занятий Участие в тренингах	Зачет
2	Торгово-технологический процесс. Модели торгового процесса.				
3	Потребительская аудитория Интернет-магазинов.				
4	Организация Интернет-магазина				
5.	Стартапы и организация собственного бизнеса в Интернет				

1. устный опрос (УО): собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2); итоговая презентация (УО-3); круглый стол (УО-4);
2. технические средства контроля (ТС);
3. письменные работы (ПР): тесты (ПР-1), контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6), конспект (ПР-7), проект (ПР-9). Разноуровневые задачи и задания (ПР-11) и т.п.

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений,

навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература (электронные и печатные издания)

1. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/905363>
2. Гаврилов Л.П. Электронная коммерция [Электронный ресурс]: учебное пособие по выполнению практических работ/ Гаврилов Л.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: СОЛОН-ПРЕСС, 2010.— 112 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65124.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Кудряшов А.А. Электронный бизнес [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кудряшов А.А.— Электрон. текстовые данные.— Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2017.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75426.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Макаренкова Е.В. Электронная коммерция [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Макаренкова Е.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2010.— 136 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11134.html>.— ЭБС «IPRbooks».
5. Электронная коммерция: Учебное пособие / Кобелев О.А.; Под ред. Пирогов С.В., - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2017. - 684 с.: 60x84 1/16 ISBN 978-5-394-01738-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/340852>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Мартиросян К.В. Интернет-технологии [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Мартиросян К.В., Мишин В.В.— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015.— 106 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63089.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Банковские операции в Интернет [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ю.В. Американи [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2009.— 120 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10616.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Горбунов В.Л. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]/ Горбунов В.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016.— 141 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/56371.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Медведева М.А. Электронный бизнес. Часть 1 [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Медведева М.А., Медведев М.А.— Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016.— 108 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69764.html>.— ЭБС «IPRbooks».

Перечень ресурсов

информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Консультант плюс [электронный ресурс]:
<http://www.consultant.ru/online/>
2. Учебник по ведению бизнеса в Интернет [электронный ресурс]:
<http://elbusiness>.
3. ucoz.ru/literatura/vedeniebiznesa.pdf
4. http://elibrary.ru/title_about.asp?id=25180 ,
5. http://elibrary.ru/title_about.asp?id=8281 .
6. <http://www.exponenta.ru/soft/Statist/Statist.asp>
7. <http://ecsocman.hse.ru/docs/16000077/>

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Начиная изучение дисциплины, магистранту необходимо:

- ознакомиться с программой, изучить список рекомендуемой литературы;
- внимательно разобраться в структуре курса, в системе распределения учебного материала по видам занятий, формам контроля, чтобы иметь представление о курсе в целом;

- обратиться к методическим пособиям, позволяющим ориентироваться в последовательности выполнения заданий.

Для эффективного изучения теоретической части дисциплины необходимо:

- построить работу по освоению дисциплины в порядке, отвечающим изучению основных этапов, согласно приведенным темам лекционного материала;
- систематически проверять свои знания по контрольным вопросам и тестам;
- усвоить содержание ключевых понятий;
- активно работать с основной и дополнительной литературой по соответствующим темам;
- регулярно консультироваться с преподавателем, ведущим изучаемую дисциплину.

Для эффективного изучения практической части дисциплины настоятельно рекомендуется:

систематически выполнять подготовку к лабораторным работам по предложенным преподавателем темам;

своевременно выполнять лабораторные работы.

Варианты лабораторных работ подобраны так, что их разбор и решение способствуют пониманию теоретических положений, излагаемых лектором. Задания предлагаются по мере изучения теоретических разделов дисциплины. Студент должен ответить на любой вопрос преподавателя, касающийся выполнения лабораторных работ и контрольные вопросы по изучаемой теме.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Мультимедийная аудитория: Проектор DLP, 4000 ANSI Lm, 1920x1080, 2000:1 FD630u Mitsubishi; Проектор DLP, 2800 ANSI Lm, 1920x1080, 2000:1 GT1080 Optoma; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Беспроводные ЛВС для обучающихся обеспечены системой на базе точек доступа 802.11a/b/g/n 2x2 MIMO(2SS).	690922, Приморский край, г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс, 10, г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс , корпус G, ауд. G470
---	--



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТ

Направление подготовки

09.04.01 Информатика и вычислительная техника

магистерская программа

«Технологии виртуальной и дополненной реальности»

Форма подготовки очная

Владивосток

2018

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Распознавание образов и машинное обучение» включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1	В течении семестра	Проработка лекционного материала по конспектам и учебной литературе	10	Собеседование, опрос
	В течении семестра	Самостоятельная работа с обязательной и дополнительной литературой	10	
2	В течении семестра	Подготовка и выполнение лабораторных работ	50	Защита лабораторных работ
3	Январь	Подготовка к зачету	20	Экзамен
		ИТОГО	90	

Контрольные вопросы

для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины

1. Виды предприятий в Интернет. Степень присутствия предприятия в Интернет. Коммерческие и некоммерческие организации в Интернет.
2. Сообщества и социальные сети в Интернет.
3. Организация производственной деятельности в Интернет.
4. Виртуальные предприятия.
5. Организация продаж и предоставление услуг в Интернет.
6. Организация взаимодействия между Интернет-предприятиями. Взаимодействие Интернет-предприятий с физическими и юридическими лицами.
7. Организация взаимодействия Интернет-предприятий с потребителями товаров и услуг.
8. Основные модели бизнеса в Интернет. Источники доходов Интернет-предприятий.
9. Место отдела Интернет-маркетинга в компании. Круг задач отдела Интернет-маркетинга в компании

10. Схемы коммуникаций в Интернет-маркетинге
11. Типы целей компании в Интернет
12. Определение типов целей, соответствующих стратегии компании
13. Достижимость целевой группы и достижимость коммуникации. Виды коммуникаций, которые невозможно перенести в Интернет.
14. Связь между типами целей компании и схемой коммуникации в Интернет.
15. Инструменты сайта в зависимости от выбранного типа цели
16. Взаимосвязь конструкции сайта и выбранного типа цели сайта компании
17. Методика определения целевой аудитории и поиска ее в Интернет.
18. Взаимосвязь целевой аудитории и типа рекламной кампании, используемых рекламных инструментов
19. Определение целевой аудитория продукта на маркетинговом поле и в Интернет.
20. Виды целевой аудитории. Взаимосвязь вида целевой аудитории и типа цели компании.
21. Медийная реклама, виды, особенности, возможности использования
22. Контекстная реклама, виды, особенности, возможности использования
23. Методика составления семантического ядра
24. Реклама в рассылках, виды, особенности, возможности использования
25. Преимущества и недостатки медийной рекламы.
26. Виды контекстной рекламы. Использование контекстной рекламы.
27. Преимущества и недостатки контекстной рекламы
28. Роль «малых» видов рекламы и связей с общественностью в рекламной компании.
29. Методы медиапланирования в Интернет. Прецедентное медиапланирование (по известным результатам размещения рекламы на площадках), аудиторное медиапланирование (по известным характеристикам аудитории площадок).
30. Инструменты для медиапланирования, сводные таблицы, данные исследований
31. Таргетинг рекламы, виды таргетинга
32. Системы управления рекламой
33. Эксперименты в медиапланировании
34. Связь использования различных видов рекламы и типа цели компании

35. Методы медиапланирования в Интернете, их особенности
36. Основные принципы медиапланирования в Интернете
37. Таргетинг, его назначение
38. Взаимодействие с потребителем: консультирование, рассмотрение претензий, гарантийное обслуживание.
39. Продажа товаров в кредит.
40. Оценка эффективности работы Интернет-магазина.
41. Организация электронной коммерции в секторе B2B.
42. Классификация типов межорганизационной электронной деятельности.
43. Виды электронных торговых площадок. Электронные рынки
44. Автоматизированные системы электронной коммерции в секторе B2B.
45. Организация взаиморасчетов в системах B2B.
46. Типовая информационная архитектура Интернет-сайтов в секторе B2B.
47. Оценка эффективности электронной коммерции в секторе B2B
48. Рынок услуг в Интернет. Виды услуг. Особенности предоставления услуг через Интернет.
49. Оплата услуг в Интернет.
50. Автоматизация оказания услуг.
51. Сферы применения мобильной коммерции.
52. Проблемы развития мобильной коммерции.
53. Типы стартапов. Жизненный цикл стартапа.
54. Инвестирование стартапа. Оценка стоимости стартапа.
55. Бизнес-инкубирование. Типы бизнес-инкубаторов. Особенности Интернет-инкубаторов.
56. Перспективы развития электронной коммерции в России.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа студента, безусловно - один из важнейших этапов в подготовке магистров. Она приобщает студентов к исследовательской работе, обогащает опытом и знаниями, необходимыми для дальнейшего их становления как специалистов, прививает навыки работы с литературой.

Цель самостоятельной работы - систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний с использованием

современных информационных технологий и литературных источников. Данная цель может быть достигнута при решении следующего круга задач:

- изучение лекционного материала;
- изучение дополнительных источников информации;
- выполнение лабораторных работ.

Теоретическое обучение предполагает самостоятельную работу с литературными источниками. Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение, дополняют сведения, полученные на лекциях, и также являются актуальными для будущей специальности. Некоторые из вопросов традиционно изучаются в рамках других дисциплин, поэтому они вынесены на самостоятельное изучение. В этом случае цель самостоятельного изучения заключается в том, чтобы студент получил на данном этапе общее представление о вопросе. Форма отчетности по проделанной работе – включение этих вопросов в экзаменационные билеты. Другая часть самостоятельной работы сводится к подготовке и защите в течение семестра лабораторных работ.

Руководство и контроль за самостоятельной работой студента осуществляется в форме индивидуальных консультаций.

При затруднении изучения отдельных тем, вопросов следует обращаться за консультациями к преподавателю.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
БИЗНЕС В ИНТЕРНЕТ**

Направление подготовки

09.04.01 Информатика и вычислительная техника

магистерская программа

«Технологии виртуальной и дополненной реальности»

Форма подготовки очная

Владивосток

2018

Фонд оценочных средств по дисциплине «Распознавание образов и машинное обучение» включает в себя:

- типовые контрольные задания,
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности,
- а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Результаты обучения (компетенции из ФГОС)	Знает	Умеет	Владеет
ОК - 5 ОК - 6 ОК - 7 ПК - 12	характеристики рынка систем управления эффективностью бизнеса и перспективы развития информационных систем управления, основных классов и принципов построения информационных систем, применяемых для практической реализации этих методик	анализировать существующие формы организации управления, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию	навыками поиска, анализа и оценки информации для подготовки и принятия управленческих решений; - навыками анализа тенденций развития мирового и российского рынка информационных систем управления эффективностью бизнеса и лучших практик их применения на предприятиях различных отраслей
Эталонный	Основной и дополнительный материал, предусмотренный компетенцией, без ошибок и погрешностей	Умеет в полном объеме ...	всеми навыками, демонстрируя их не только в стандартных ситуациях, но и при решении нестандартных задач
Продвинутый	основной материал, предусмотренный компетенцией, без ошибок и погрешностей	Умеет с незначительными погрешностями ...	основными навыками, демонстрируя их в стандартных ситуациях, в том числе при решении дополнительных задач
Пороговый	большинство основных понятий, изучаемых в рамках дисциплины	Умеет с погрешностями ...	некоторыми основными навыками, демонстрируя их в стандартных ситуациях

Перечень оценочных средств

№ п/п	Оценочные средства		
	Наименование	Представление в ФОС	
1.	Кейс-задачи	Примеры кейс-задач	Список вопросов к промежуточной аттестации
2.	Дискуссия Собеседование	Темы дискуссии	
3.	Индивидуальные домашние работы	Комплект заданий по вариантам	

Описание процедуры оценивания

Промежуточная аттестация по дисциплине «Бизнес в интернет» включает в себя теоретические задания, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений.

Усвоенные знания и освоенные умения проверяются при помощи электронного тестирования, умения и владения проверяются в ходе решения задач.

Объем и качество освоения обучающимися дисциплины, уровень сформированности дисциплинарных компетенций оцениваются по результатам текущих и промежуточных аттестаций количественной оценкой, выраженной в баллах, максимальная сумма баллов по дисциплине равна 100 баллам.

Сумма баллов, набранных студентом по дисциплине, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
от 91 до 100	«зачтено»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в

		ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

Комплекс оценочных средств

Дискуссия

1. Виды предприятий в Интернет. Степень присутствия предприятия в Интернет. Коммерческие и некоммерческие организации в Интернет.
2. Сообщества и социальные сети в Интернет.
3. Организация производственной деятельности в Интернет.
4. Виртуальные предприятия.
5. Организация продаж и предоставление услуг в Интернет.
6. Организация взаимодействия между Интернет-предприятиями. Взаимодействие Интернет-предприятий с физическими и юридическими лицами.
7. Организация взаимодействия Интернет-предприятий с потребителями товаров и услуг.

8. Основные модели бизнеса в Интернет. Источники доходов Интернет-предприятий.
9. Место отдела Интернет-маркетинга в компании. Круг задач отдела Интернет-маркетинга в компании
10. Схемы коммуникаций в Интернет-маркетинге
11. Типы целей компании в Интернет
12. Определение типов целей, соответствующих стратегии компании
13. Достижимость целевой группы и достижимость коммуникации. Виды коммуникаций, которые невозможно перенести в Интернет.
14. Связь между типами целей компании и схемой коммуникации в Интернет.
15. Инструменты сайта в зависимости от выбранного типа цели
16. Взаимосвязь конструкции сайта и выбранного типа цели сайта компании
17. Методика определения целевой аудитории и поиска ее в Интернет.
18. Взаимосвязь целевой аудитории и типа рекламной кампании, используемых рекламных инструментов
19. Определение целевой аудитория продукта на маркетинговом поле и в Интернет.
20. Виды целевой аудитории. Взаимосвязь вида целевой аудитории и типа цели компании .
21. Медийная реклама, виды, особенности, возможности использования
22. Контекстная реклама, виды, особенности, возможности использования
23. Методика составления семантического ядра
24. Реклама в рассылках, виды, особенности, возможности использования
25. Преимущества и недостатки медийной рекламы.
26. Виды контекстной рекламы. Использование контекстной рекламы.
27. Преимущества и недостатки контекстной рекламы
28. Роль «малых» видов рекламы и связей с общественностью в рекламной компании.
29. Методы медиапланирования в Интернет. Прецедентное медиапланирование (по известным результатам размещения рекламы на площадках), аудиторное медиапланирование (по известным характеристикам аудитории площадок).

Собеседования

к теме 1-5

1. Инструменты для медиапланирования, сводные таблицы, данные исследований
2. Таргетинг рекламы, виды таргетинга
3. Системы управления рекламой
4. Эксперименты в медиапланировании
5. Связь использования различных видов рекламы и типа цели компании
6. Методы медиапланирования в Интернете, их особенности
7. Основные принципы медиапланирования в Интернете
8. Таргетинг, его назначение
9. Взаимодействие с потребителем: консультирование, рассмотрение претензий, гарантийное обслуживание.
10. Продажа товаров в кредит.
11. Оценка эффективности работы Интернет-магазина.
12. Организация электронной коммерции в секторе B2B.
13. Классификация типов межорганизационной электронной деятельности.
14. Виды электронных торговых площадок. Электронные рынки
15. Автоматизированные системы электронной коммерции в секторе B2B.
16. Организация взаиморасчетов в системах B2B.
17. Типовая информационная архитектура Интернет-сайтов в секторе B2B.
18. Оценка эффективности электронной коммерции в секторе B2B
19. Рынок услуг в Интернет. Виды услуг. Особенности предоставления услуг через Интернет.
20. Оплата услуг в Интернет.
21. Автоматизация оказания услуг.
22. Сферы применения мобильной коммерции.
23. Проблемы развития мобильной коммерции.
24. Типы стартапов. Жизненный цикл стартапа.
25. Инвестирование стартапа. Оценка стоимости стартапа.
26. Бизнес-инкубирование. Типы бизнес-инкубаторов. Особенности Интернет-инкубаторов.
27. Перспективы развития электронной коммерции в России.

Критерии оценки

№	Баллы	Описание
1	7-10	баллов выставляется студенту, если он ответил на 4-6 вопросов по теме, четко представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, оценивал аргументы других бакалавров, подтверждая знание материала, умение использовать нормативные документы для подтверждения правильности собственной позиции;
2	4-6	баллов, если студент ответил на 2-4 вопроса по теме, представлял свою позицию, аргументировал точку зрения, подтверждая знание материала, умение использовать нормативные документы для подтверждения правильности собственной позиции
3	0-3	балла, если студент ответил на 0-2 вопроса по теме, недостаточно четко и аргументировано представлял свою позицию, подтверждая знание материала.

Индивидуальные домашние работы

Примеры вариантов

Задание 1.

Создать на основе предложенной идеи интернет магазин, включающий в себя следующие функции: витрины, корзины, оформления заказа, контакты, фильтрация и поиск товара.

Задание 2.

Создать на основе предложенной идеи прототип мобильного приложения, включающий в себя: основное меню, прототип дизайна, контакты, мобильная карта, описание функций мобильного приложения.

Критерии оценки

№	Баллы	Описание
5	11-20	Задание выполнено полностью и абсолютно правильно.
4	7-10	Задание выполнено полностью и правильно, но решение содержит некоторые неточности и несущественные ошибки.
3	5-7	Задание выполнено не полностью, с существенными ошибками, но подход к решению, идея решения, метод правильны.
2	2-4	Задание выполнено частично, имеет ошибки, осуществлена попытка решения на основе правильных методов и идей решения.
1	0-1	Задание не выполнено.

Кейс-задачи

Примеры вариантов

«Стартапы и организация собственного бизнеса в Интернет»

Студенты разбиваются на группы по 3-5 чел. Каждой группе предоставляется информация о возможных тематиках в сфере инфокоммуникационных технологий, в рамках которых требуется придумать и описать идею инновационного продукта. Каждая группа представляет результат в виде презентации идеи, разработанной в электронном виде и содержащей следующие разделы: описание идеи, рынок и продвижение, бизнес-модель, инвестиционный план. Лучшая группа выбирается путем голосования других групп и модератора тренинга (преподавателя).

«Организация Интернет-магазина»

Студенты разбиваются на группы по 3-5 чел. Каждой группе требуется разработать идею интернет-магазина. Каждая группа представляет результат в виде презентации идеи, разработанной в электронном виде и содержащей следующие разделы: описание идеи, рынок и продвижение, бизнес-модель, инвестиционный план. Лучшая группа выбирается путем голосования других групп и модератора тренинга (преподавателя).

Критерии оценки

№	Баллы	Описание
5	29-40	Задание выполнено полностью и абсолютно правильно.
4	19-28	Задание выполнено полностью и правильно, но решение содержит некоторые неточности и несущественные ошибки.
3	10-18	Задание выполнено не полностью, с существенными ошибками, но подход к решению, идея решения, метод правильны.
2	5-9	Задание выполнено частично, имеет ошибки, осуществлена попытка решения на основе правильных методов и идей решения.
1	0-4	Задание не выполнено.

Перечень вопросов к промежуточной аттестации

1. Предпринимательство в Интернет. Становление, развитие, текущее состояние, тенденции развития.
2. Особенности предпринимательства в Интернет.
3. Методы и модели ведения бизнеса в Интернет.
4. Основные термины и определения, предмет изучения, место Интернет-маркетинга в общем маркетинге компании

5. Планирование сайта в соответствии с поставленными целями и задачами
Имитационное моделирование.
6. Реклама в Интернет.
7. Методы медиапланирования в Интернет. Зависимость методов медиапланирования от типа целевой аудитории. Таргетинг рекламы. Виды и инструменты таргетинга
8. Организация Интернет-магазина
9. Стартапы и организация собственного бизнеса в Интернет
10. Торгово-технологический процесс. Модели торгового процесса

№	Баллы	Описание
5	16-20	Задание выполнено полностью и абсолютно правильно.
4	10-15	Задание выполнено полностью и правильно, но решение содержит некоторые неточности и несущественные ошибки.
3	6-9	Задание выполнено не полностью, с существенными ошибками, но подход к решению, идея решения, метод правильны.
2	3-5	Задание выполнено частично, имеет ошибки, осуществлена попытка решения на основе правильных методов и идей решения.
1	0-2	Задание не выполнено.