УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»

Кафедра бизнес-аналитики

Утверждаю
Зав. кафедрой
Найда А.М.
Протокол заседания
кафедры № 10
от «15» мая 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

Наименование дисциплины	Интернет-предпринимательство
Направление подготовки	27.03.02 Управление качеством
Профиль подготовки	Управление качеством в бизнес-системах
Год набора	2025

Составитель:

Ст. преп. А.В. Липатова

Казань

Содержание

1.	Цели и задачи учебной дисциплины	3
2.	Место дисциплины в структуре ОПОП	4
3.	Требования к результатам освоения дисциплины	5
4.	Структура и содержание дисциплины	6
4.1	Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенций	6
4.2	Содержание дисциплины по темам (разделам)	8
4.3	Планы практических и семинарских занятий	9
5.	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов	13
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	23
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	23
8.	Оценка компетенций по изучаемой дисциплине	24
	Приложение 1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	27
	Приложение 2. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	28

1. Цели и задачи учебной дисциплины

В настоящее время Интернет стал значимым социально-культурным, экономическим явлением, весомость которого растет с каждым днем. Наряду с ростом потребностей экономики и общества происходит процесс трансформации информационных и компьютерных технологий, в связи с чем переход на ведение предпринимательской деятельности в сети Интернет становится необратимым явлением. Охватывая практически все сферы человеческой жизни, цифровые технологии стали важным направлением современной экономики. Так, в частности, введение определенных ограничений, связанных с COVID-19, привело к активному переходу бизнеса в Интернет. В условиях современной пандемии объемы продаж онлайн-магазинов выросли в разы.

Интерес к интернет-предпринимательству в последние годы активно растет, поскольку интернет – это наиболее открытая для идей среда, что привлекает в нее множество начинающих предпринимателей. При этом многие стартапы не доживают до вывода продукта на рынок: смертность стартапов в первый год работы составляет около 90% (данные AngelList). Данный курс с одной стороны удовлетворит спрос на знания в стартапах, с другой - повысит их качество. Предоставляемые цифровой экономикой в виде экономических и социальных выгод и дальнейшая трансформация цифровых технологий позволит предпринимателям быстро адаптироваться к конкурентной среде.

Цель дисциплины – сформировать у будущего бакалавра по направлению 27.03.02 Управление качеством компетенции в области управления в интернет-сфере, по созданию организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур.

Задачи дисциплины. После освоения студент должен:

- разрабатывать распорядительные документы, необходимые для создания новых предпринимательских структур
- разрабатывать организационные документы, необходимые для создания новых предпринимательских структур
- проводить анализ и оценку предпринимательских рисков
- принимать управленческие решения на основании проведенного анализа предпринимательских рисков

Знать:

- особенности и правовые нормы реализации интернет-проектов, типовые бизнес-модели интернет-проектов, методику реализации стартап-проектов, порядок оценки потребности в ресурсах и финансовых последствий реализации проекта.

Уметь:

- формировать бизнес-идею и оценивать возможности и ограничения для ее реализации, формировать эффективное товарное

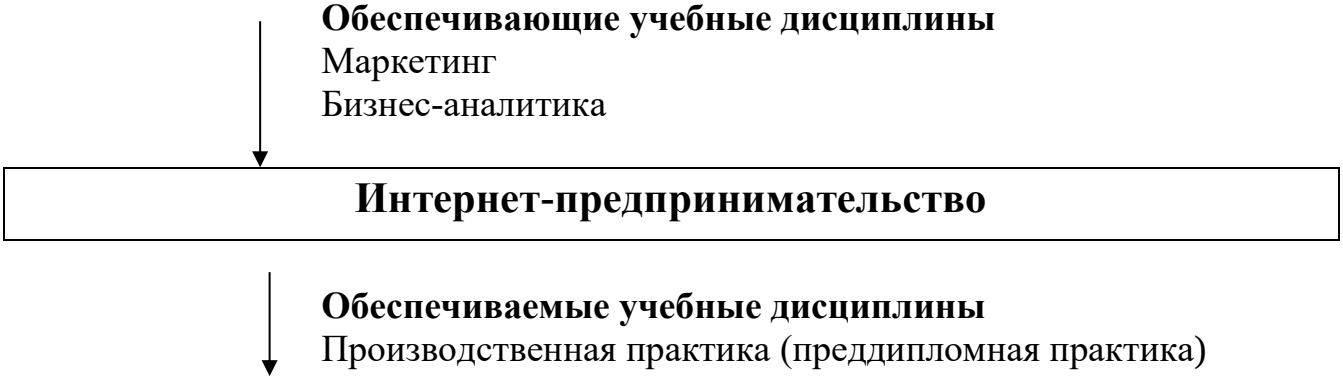
предложение, составлять план реализации стартап-проекта, учитывающий действующие правовые нормы, возможность привлечения ресурсов в проект, оценивать финансовые последствия его реализации.

Владеть:

- навыками организации стартап-проекта в интернет-среде.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Данная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана. До начала изучения дисциплины «Интернет-предпринимательство» у студента должны быть сформированы компоненты компетенций (ЗУВы), полученных в результате изучения дисциплин Маркетинг, Бизнес-аналитика. Дисциплина находится во взаимосвязи с дисциплинами согласно схеме:



В результате изучения дисциплины **«Маркетинг»** у студентов были сформированы знания основы организации маркетинговой деятельности фирмы, основные маркетинговые концепции; умения использовать полученные теоретические знания для анализа проблемы и обоснования маркетинговых рекомендаций при разработке стратегии организации, направленной на повышение конкурентоспособности, навыки владения инструментами анализа бизнес-среды, обоснования выбора и реализации маркетинговых стратегий, применения различных методов исследования рынка, в том числе с целью выявления новых рыночных возможностей.

В результате изучения дисциплины **«Бизнес-аналитика»** у студентов были сформированы знания методический инструментарий реализации управленческих решений в оценке рыночных отношений предприятий; умения координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в оценке рыночных отношений предприятий; навыки поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина участвует в формировании следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению Управление качеством:

ПК-3. Способен применять проблемно-ориентированные методы анализа и синтеза для выбора проектных решений по управлению качеством.

После освоения дисциплины студент должен получить следующие образовательные результаты соотнесённые с индикаторами достижения компетенций

Декомпозиция компетенций

Индикаторы	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3	
ПК-3.2 Демонстрирует навыки применения проектных решений для сертификации продукции и услуг, особенности применения инструментов управления качеством на стадиях создания инновационного продукта на предприятии, а также осуществляет разработку и оперативное управление проектами в бизнес-системах	ПК-3.2 З.6 Знать: особенности и правовые нормы реализации интернет-проектов, типовые бизнес модели интернет-проектов, методику реализации стартап-проектов, порядок оценки потребности в ресурсах и финансовых последствий реализации проекта. ПК-3.2 У.7 Уметь: формировать бизнес-идею и оценивать возможности и ограничения для ее реализации, формировать эффективное товарное предложение, составлять план реализации стартап-проекта, учитывающий действующие правовые нормы, возможность привлечения ресурсов в проект, оценивать финансовые последствия его реализации. ПК-3.2 В.7 Владеть: навыками организации стартап-проекта в интернет-среде.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенций

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единиц (108 часов).

Модульная разбивка учебной дисциплины					
Направление Управление качеством Дисциплина: «Интернет-предпринимательство»					
Название модулей	Кол-во аудиторных часов		Самостоятельная работа очное/ заоч.	Всего часов очное/ заоч	Индикаторы компетенции/ЗУВы
	Лекции очное/ заоч	Практика очное/ заоч			
Модуль 1.					
Тема 1. Понятие информационной экономики. Место Интернет-предпринимательства в экономике.	1/0	1/0	8/11	10/11	ПК-3.2 З.6
Тема 2. Возможности глобальной сети Интернет для ведения бизнеса	1/1	1/0	9/11	11/12	
Тема 3. Идея и ее источники для стартапа. Команда стартапа.	1/0	1/0	9/8	13/9	
Модуль 2.					
Тема 4. Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов.	1/1	1/1	9/11	11/14	ПК-3.2 З.6, У.7
Тема 5. Финансы стартапа. Модели монетизации. Инвестиции	1/1	1/1	9/11	11/14	
Модуль 3.					
Тема 6. Бизнес-модели в Интернете.	1/1	1/1	9/12	11/14	ПК-3.2 З.6, У.7, В.7
Тема 7. Управление бизнесом на базе Интернет сайта. Разработка документации	2/1	1/1	9/12	12/14	
Тема 8. Маркетинговые коммуникации: интернет-продвижение.	1/1	1/1	9/10	11/12	ПК-3.2 З.6, У.7, В.7
Тема 9. Оценка эффективности предпринимательской деятельности в Интернете	1/0	2/1	9/10	12/11	
Подготовка к зачету			**8/8**	**8/8**	
Итого по курсу:	**10/6**	**10/6**	**88/96**	**108/108**	

Пояснительная записка с этапами формирования компетенций

Данный модульный курс состоит из 3 модулей, порядок освоения которых включает траекторию и этапы формирования заявленных компетенций (или их составляющих).

Модуль 1 включает в себя три учебные темы.

В результате прохождения первого модуля студент должен:

ПК-3.2 З.6 Знать: особенности и правовые нормы реализации интернет-проектов, типовые бизнес модели интернет-проектов, методику реализации стартап-проектов, порядок оценки потребности в ресурсах и финансовых последствий реализации проекта.

Форма контроля: выступление на семинаре, доклад.

Модуль 2 включает в себя две учебные темы.

В результате прохождения второго модуля студент должен

ПК-3.2 З.6 Знать: особенности и правовые нормы реализации интернет-проектов, типовые бизнес модели интернет-проектов, методику реализации стартап-проектов, порядок оценки потребности в ресурсах и финансовых последствий реализации проекта.

ПК-3.2 У.7 Уметь: формировать бизнес-идею и оценивать возможности и ограничения для ее реализации, формировать эффективное товарное предложение, составлять план реализации стартап-проекта, учитывающий действующие правовые нормы, возможность привлечения ресурсов в проект, оценивать финансовые последствия его реализации.

Форма контроля: выступление на семинаре, тестирование письменное, кейс-задание.

Модуль 3 включает в себя четыре учебные темы. В результате освоения темы студент должен:

ПК-3.2 З.6 Знать: особенности и правовые нормы реализации интернет-проектов, типовые бизнес модели интернет-проектов, методику реализации стартап-проектов, порядок оценки потребности в ресурсах и финансовых последствий реализации проекта.

ПК-3.2 У.7 Уметь: формировать бизнес-идею и оценивать возможности и ограничения для ее реализации, формировать эффективное товарное предложение, составлять план реализации стартап-проекта, учитывающий действующие правовые нормы, возможность привлечения ресурсов в проект, оценивать финансовые последствия его реализации.

ПК-3.2 В.7 Владеть: навыками организации стартап-проекта в интернет-среде.

Форма контроля: выступление на семинаре, доклад, тестирование письменное, кейс-задание, лабораторный практикум.

Форма промежуточного контроля: зачет.

4.2. Содержание дисциплины по темам (разделам)

Тема 1. Понятие информационной экономики. Место Интернет-предпринимательства в экономике.

Соотношение понятий «информационная экономика», «постиндустриальное общество» «информационное общество», «общество знаний» и др. Структура информационной экономики. Информация как экономическое благо и фактор производства.

Понятие «технологического предпринимательства», его ключевые элементы. Субъекты «технологического предпринимательства». Технологический предприниматель. Понятие Интернет-предпринимательства. Объект и предмет Интернет-предпринимательства как самостоятельной дисциплины. Виды Интернет-предпринимательства. Уровень развития e-commerce и культуры потребления в различных странах мира. Особенности развития Интернет-предпринимательства в России.

Тема 2. Возможности глобальной сети Интернет для ведения бизнеса.

Интернет как новая коммуникационная среда. Темпы развития Интернет-среды. Разнообразие Интернет-ресурсов. Объем Интернет-аудитории в России. Развитие Интернета в регионах России: индекс сетевой готовности. Функциональные возможности сети Интернет. Методы защиты от несанкционированного доступа, искажения информации и атак. Криптография.

Интеграция инфокоммуникационного и финансового рынков на платформе Интернета. Информационно-финансовая инфраструктура. Классификация электронных расчетов в Интернете. Интернет-торговля, Интернет-банкинг, Интернет-трейдинг.

Тема 3. Идея и ее источники для стартапа. Команда стартапа.

Понятие бизнес-идеи. Этапы развития стартапа. Источники поиска идеи для стартапа. Модификация существующего продукта или идеи. Идея на основе тренда. Бренд. Ассоциативная сеть брендов. Формулировка уникального торгового предложения на этапе запуска бренда. Особенности Интернет-брендинга.

Изменение характера и типа трудовой деятельности, мотивации труда. Информационный труд. Творчество и творческая самореализация личности. Сужение пространства традиционных видов деятельности. Развитие трудовых отношений по горизонтали «работник – работник» и по вертикали «работник – работодатель». Децентрализация трудовой деятельности во времени и пространстве.

Роль человеческого капитала и характер трудовых отношений в сфере Интернет-предпринимательства. Виртуальные рабочие группы, виртуальные рабочие места (e-workplace). Особенности организации коллективной работы и удаленного взаимодействия через Интернет-систему. Методы преодоления изоляции и оторванности от приоритетных текущих задач компании. Дистанционные совещания, дистанционное обучение и тренинги, службы

мгновенных сообщений. Баланс между встречами виртуальными и «лицом к лицу». Мотивация сотрудников Интернет-предприятия.

Тема 4. Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов

Методы и программы изучения потребительской аудитории. Специфика и уникальность Поколения Z, отличие «цифровых детей» от Молчаливого поколения, Поколения бэби-бумеров, Поколений X и Y. Особенности российской потребительской аудитории. Отличие потребительской аудитории Интернет-магазинов от потребителей традиционных магазинов. Критерии-признаки сегментирования целевой аудитории в Интернет-пространстве. Целевая аудитория в b-2b и b-2-c сегментах. Проблема размытых границ сегмента. Особенности функционирования и возможные проблемы внедрения систем управления взаимодействием с клиентами.

Факторы конкурентоспособности. Репутационный анализ. Контент-анализ публичной активности предприятий в Интернете. Обзор онлайн сервисов анализа конкурентной среды и бизнес-планирования. Оценка добросовестной и недобросовестной конкурентной активности в Интернете.

Тема 5. Финансы стартапа. Модели монетизации. Инвестиции

Природа Интернет-товара: информационный продукт и информационная услуга. Жизненный цикл и моральный износ Интернет-продукта. Потребительная стоимость и ценность Интернет-товара. Теория информационной стоимости. Спрос и предложение на рынке Интернет-товаров. Закон возрастающей отдачи. Трансформация фирмы в информационной среде. Сетевые формы организации бизнеса. Материальные и нематериальные активы современных Интернет-корпораций. Интеллектуальный капитал как одна из форм основного капитала. Формирование и структура издержек Интернет-предприятий.

Понятие и виды инвестиций. Источники финансирования деятельности предприятия. Выбор источников финансирования. Типы и виды инвесторов. Краундфандинг как способ получения инвестиций. Венчурные фонды и их требования.

Тема 6. Бизнес-модели в Интернете.

Основные модели бизнеса в Интернете. Особенности полного и частичного ведения бизнеса в Интернете. Преимущества и недостатки ведения бизнеса online и offline. Виртуальные компании: виртуальный банк, виртуальный магазин, информационные услуги (контент-проекты). Системы в электронной коммерции: торговая площадка, торговый ряд, Интернет-аукцион. Оказание услуг в сфере рекламы: рекламная модель, баннерообменная сеть, рекламная банерная сеть. Преимущества и недостатки дропшиппинга. Методы снижения производственных издержек при использовании Интернет-технологий ведения бизнеса. Выбор Интернет-платформы для предпринимательской деятельности. Социальные сети как площадка для развития бизнеса.

Тема 7. Управление бизнесом на базе Интернет сайта. Разработка документации

Понятие сайта. Выбор веб-платформы для создания сайта. Создание веб-проекта и управление контентом. Архитектура сайта. Модульные конструкции. Навигация. Гиперссылки. Поиск. Контент.

Виды сайтов: интернет-представительство, веб-сервисы, сайты, предоставляющие информационные услуги. Сайт-визитка. Интернет-витрина. Промо-сайт. Интернет-магазин. Корпоративный сайт. Интернет-портал. Мобильная версия сайта и адаптивная верстка. Методы повышения юзабилити и акцесибилити. Влияние трафика на результаты Интернет-предпринимательства. Техническое задание: роль заказчиков и исполнителей. Методы управления бизнесом на базе Интернет-сайтом.

Разработка организационных документов для создания Интернет-ресурса в части постановки целей и задач, прототипирования, макетирования, программирования, тестирования и иных этапов. Формирование пакета документации по разработке и продвижению Интернет-предприятия (договор на создание Интернет-ресурса, бриф на разработку Интернет-ресурса, бриф на разработку логотипа, фирменного стиля, соглашение о неразглашении информации и т.д.)

Тема 8. Маркетинговые коммуникации: интернет-продвижение.

Место Интернет-маркетинга в интегрированных маркетинговых коммуникациях компании. Методы привлечения посетителей на сайт предприятия: модель сотрудничества, модель сообщества, модели привлечения контентом.

Инструменты продвижения в Интернете. Виды Интернет-рекламы. Контекстная реклама. Контекстный таргетинг, поведенческие технологии, ремаркетинг. Расчет стоимости контекстной рекламы (CPC). Банерная реклама. Тизерная реклама. Всплывающие поп-окна. Таргетированная реклама в социальных сетях. Реклама на платформе Youtube. SEO-продвижение.

PR-продвижение. Взаимодействие со СМИ. Рассылка пресс-релизов. Технологии увеличения узнаваемости бренда в социальных сетях. Критерии выбора амбассадора и инфлюенсера в блогосфере. Увеличение точек фиксации трафика в контенте. Уровень лояльности и финансовой емкости подписчиков. Анализ конверсии.

Тема 9. Оценка эффективности предпринимательской деятельности в Интернете

Оценка показателей эффективности деятельности Интернет-предприятия. Рентабельность активов, производительность труда, фондоотдача, оборачиваемость оборотных средств. Изменение показателей эффективности во времени. Мониторинг Интернет-ресурса на основе статистики HotLog, LiveInternet, Яндекс-метрика, Яндекс-Wordstat, Google-Correlate, Youtube-analytics. Обзор сервисов по аналитике и продвижению продукта в Интернете: WebEffector, Keys.so, Askusers, Topvisor, Semrush, SimilarWeb и др.

Координация предпринимательской деятельности, принятие управленческих решений на основе экономического анализа и анализа систем веб-статистики.

4.3. Планы практических и семинарских занятий

Методические указания

При изучении дисциплины на семинарских занятиях предлагаются вопросы для обсуждения, тесты, управленческие ситуации и задачи. Данный подход позволяет студентам четко представить круг проблем, с которыми они столкнутся, как во время прохождения производственной практики, так и в процессе трудовой деятельности.

Подготовка студентов к семинарскому занятию должна включать, прежде всего, проработку лекционного материала, изучение источников, рекомендованных лектором, а также ознакомление с материалом, публикуемым в периодической печати.

Для развития у студентов навыков самостоятельного мышления, научного обсуждения проблем и формирования собственных выводов, преподавателю следует обратить их внимание на дискуссионный характер некоторых вопросов, освещаемых в современной литературе. Обсуждение мнений различных ученых-специалистов в данной области должно способствовать выработке у студентов аналитического, творческого подхода к появлению собственных взглядов на обсуждаемые проблемы.

Ниже представлен план каждого семинарского занятия, который включает основные вопросы к теме, тестовые задания, управленческие ситуации и задачи, которые необходимо решить, базируясь на материале, изложенном в данном учебно-методическом пособии. Управленческие ситуации содержат информацию о текущем положении фирм и ряд задач, на которые необходимо обратить особое внимание.

Семинарское занятие № 1.

Понятие информационной экономики. Место Интернет-предпринимательства в экономике.

Основные вопросы темы:

1. Зачем бизнесу быть в интернете?
2. Основные тренды интернет-предпринимательства.
3. Развитие технологического бизнеса в России.
4. Опыт функционирования технологического бизнеса в разных странах.
5. Уровень развития e-commerce в России и за рубежом.
6. Каковы особенности российского Интернет-предпринимательства?

Семинарское занятие № 2.

Возможности глобальной сети Интернет для ведения бизнеса.

Основные вопросы к теме:

1. В чем особенности коммуникации по средством Интернет?
2. Каковы объемы информации в Интернет-среде?
3. Назовите регионы России с высоким и низким уровнем сетевой готовности.
4. Методы защиты от несанкционированных атак.
5. Что включает информационно-финансовая инфраструктура Интернета?

Семинарское занятие № 3.

Тема 3. Идея и ее источники для стартапа. Команда стартапа.

Основные вопросы к теме:

1. Что такое бизнес-идея?
2. Как выбрать жизнеспособную бизнес-идею?
3. Где и как найти новую идею?
4. Почему нужна команда?
5. Кто нужен в команде?
6. Как формировать команду?
7. Как сделать так, чтобы команда работала?
8. Как организовать виртуальное рабочее пространство?
9. Как мотивировать сотрудников через удаленное взаимодействие?
10. В чем особенности проведения совещаний в дистанционном формате?
11. Как соблюсти баланс между виртуальным и «очным» в управлении Интернет-предприятием?
12. Назовите методы мотивации сотрудников Интернет-предприятия.

Семинарское занятие № 4.

Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов

Основные вопросы к теме:

1. Какие существуют методы и программы изучения потребительской аудитории?
2. Опишите Поколение Z. В чем отличие от других поколений?
3. Чем отличаются покупатели Интернет-магазинов от потребителей традиционных магазинов?
4. Почему размытые границы сегмента негативно влияют на продвижение продукта?
5. Зачем знать конкурентов?
6. Почему конкурентное преимущество так важно?
7. Конкурентные преимущества?
8. Наиболее важные вопросы по конкурентам?

9. Какими способами вы будете изучать конкурентов?
10. Какие онлайн сервисы для изучения конкурентов вы знаете?
11. Что такое недобросовестная конкурентная активность в Интернете?

Семинарское занятие № 5.

Финансы стартапа. Модели монетизации. Инвестиции

Основные вопросы к теме:

1. Вводные для модели монетизации.
2. Виды моделей монетизации.
3. Выбор модели монетизации.
4. Как финансовая модель может помочь в оценке стоимости?
5. Модель – это структура потоков доходов и расходов.
6. Структура расходов.
7. Внешние и внутренние ограничения в модели.
8. Расходы: постоянные и переменные, персонал, налоги на персонал.
9. Типовые кейсы: драйверы роста, естественные (внешние, внутренние) ограничения для роста.
10. Оценка проекта на базе получившихся финансовых потоков.
11. Понятие инвестиций.
12. Источники инвестиций.
13. Виды инвесторов.
14. Когда надо идти к инвестору?
15. Требования фондов.
16. Почему отказывают фонды?

Семинарское занятие № 6.

Бизнес-модели в Интернете.

Основные вопросы темы:

1. Кто ваш потребитель?
2. Какую проблему вы решаете?
3. Что вы предлагаете?
4. Какие выгоды вы предоставляете, в отличии от ваших конкурентов?
5. Как вы обосновываете то, что вы заявляете?

Семинарское занятие № 7.

Управление бизнесом на базе Интернет сайта

Основные вопросы темы:

1. По каким критериям вы выберете веб-платформу для создания сайта?
2. Перечислите этапы создания веб-проекта.
3. Как управлять контентом?
4. Как разработать понятную архитектуру сайта?
5. Какие компоненты сайта делают его удобным в использовании?
6. Почему сегодня мобильная версия сайта является обязательной?
7. Как трафик влияет на бизнес?

Основные вопросы темы:

1. Зачем знать конкурентов?
2. Почему конкурентное преимущество так важно?
3. Конкурентные преимущества?
4. Наиболее важные вопросы по конкурентам?
5. Конкуренты и потребители?
6. Анализ конкурентов?
7. Позиционирование?

Семинарское занятие № 6
Клиентское развитие. Поиск и изучение клиентов.

Основные вопросы темы:

1.Преждевременный рост – почему стартапы умирают?
2. Что делать? – глубокое понимание клиента
3. Customer Discovery.
4. Lean Canvas.
5. Проблемные и решенческие интервью.
6. Трекшн-карта.

Семинарское занятие № 8

Маркетинговые коммуникации: интернет-продвижение.

Основные вопросы темы:

1. Воронка бизнеса.
2. Этапы воронки маркетинга.
3. Этапы воронки продаж.
4. Дополнительные этапы.
5. Рекламные каналы.
6. Площадки конвертации.
7. Каналы коммуникации.
8. Статистика и показатели.
9. Нужен ли PR стартапу?
10. Какие бывают СМИ?

11. СМИ VS Соцсети.

Семинарское занятие № 9

Оценка эффективности предпринимательской деятельности в Интернете

Основные вопросы темы:

1. Как понять, что Интернет-предприятие работает эффективно?
2. Как оценить эффективность в динамике?
3. Что такое мониторинг Интернет-ресурса?
4. Какие инструменты веб-аналитики вы знаете?
5. Как работают сервисы по аналитике Интернет-ресурса?
6. Какие управленческие решения вы примете в случае низкой эффективности Интернет-деятельности?

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов регламентируется Положением об организации самостоятельной работы студентов.

Основными видами учебных занятий для студентов по данному курсу учебной дисциплины являются: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов. Самостоятельная работа студентов является составной частью их учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний, умений и навыков, поиск и приобретение новых знаний.

Самостоятельная работа студентов включает в себя освоение теоретического материала на основе лекций, основной и дополнительной литературы; подготовку к семинарским занятиям в индивидуальном и групповом режиме. Советы по самостоятельной работе с точки зрения использования литературы, времени, глубины проработки темы и др., а также контроль за деятельностью студента осуществляется во время семинарских занятий.

Целью преподавателя является стимулирование самостоятельного, углублённого изучения материала курса, хорошо структурированное, последовательное изложение теории на лекциях, системного анализа ситуаций на семинарских занятиях, контроль знаний студентов.

Вопросы для самостоятельной подготовки по курсу «Интернет-предпринимательство»:

1. Информационная ассиметрия и информационное неравенство.
2. Требование к подготовке питча для инвесторов.
3. Инструментарий проверки идей для старптапа.
4. Customer discovery и customer development.

5. Подготовка проектов к масштабированию.
6. Внешний и внутренний PR Интернет-предприятия.
7. Основные причины, по которым фонлы не предоставляют средства для старптапа.
8. Метрика стартапа.
9. Управление качеством продукта.
10. Классификация Интернет-СМИ.
11. Тестирование Интернет-каналов.
12. Механизм принятия решения о покупке в Интернет-пространстве.
13. Инсайт в рекламном сообщении
14. Методы измерения лояльности Интернет-аудитории.
15. Feedback как инструмент управления покупательской лояльностью.
16. Креативные методы в принятии управленческих решений Интернет-бизнеса.
17. Понятие и сущность категории «информация».
18. Функции, выполняемые информацией в обществе.
19. Информационное производство и его виды.
20. Понятие информационного общества.
21. Причины возникновения Интернет-экономики.
22. Противоречия Интернет-экономики.
23. Роль человека в Интернет-экономике.
24. Интеллектуальная собственность и авторское право.
25. Институциональные формы Интернет-предпринимательства.
26. Интернет-корпорация и ее признаки.
27. Информационная асимметрия и информационное неравенство.
28. Информационная инфраструктура и ее виды
29. Роль цвета и формы в Интернет-дизайне.
30. Слоган как элемент Интернет-продвижения.
31. Апселл в Интернет-предпринимательстве.
32. Instagram как платформа для Интернет-предпринимательства.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная:

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11785-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450865
2. *Гаврилов, Л. П.* Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536773

3. Сухорукова, М. В. Введение в предпринимательство для ИТ-проектов : учебное пособие / М. В. Сухорукова, И. В. Тябин. — 4-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 123 с. — ISBN 978-5-4497-2453-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/133931.html
4. Чеберко, Е. Ф. История предпринимательства : учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Чеберко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 123 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08374-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451569

Дополнительная:

1. Иванова, Р. М. История российского предпринимательства : учебное пособие для вузов / Р. М. Иванова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 303 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08515-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/455822

2. Семенов, А. А. Сетевые технологии и Интернет [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Семенов. — Электрон. текстовые данные. — СПб. : Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 148 с. — 978-5-9227-0662-9. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/66840.html

3. Медведева, М. А. Электронный бизнес. Часть 1 [Электронный ресурс] : учебное пособие / М. А. Медведева, М. А. Медведев ; под ред. Д. Б. Берг. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 108 с. — 978-5-7996-1793-6. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/69764.html

Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

www.iprbookshop.ru – Цифровой образовательный ресурс IPR SMART

https://urait.ru Образовательная платформа Юрайт

https://www.garant.ru/ - Информационно-правовой портал «Гарант»

https://мойбизнес.рф/ - Национальный онлайн-портал по поддержке предпринимателей «Мой бизнес»

www.rbc.ru - Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг» (РБК)

https://мсп.рф/ - Информационная система поддержки субъектов МСП

https://www.beafnd.org/ – Бюро экономического анализа (Россия)

https://hr-portal.ru/ - сообщество HR-менеджеров

https://www.hr-director.ru/ - Практический журнал по управлению человеческими ресурсами

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе изучения данной дисциплины используется учебная аудитория, кабинет для самостоятельной работы студентов, читальный зал, видеопроекционное оборудование, компьютер, оснащенный типовым пакетом системного и офисного ПО, в соответствии с Реестром материально-технического обеспечения аудиторного фонда Университета управления «ТИСБИ».

8. Оценка компетенций по изучаемой дисциплине

Для оценки результатов обучения рекомендуется использовать модульно-рейтинговую систему оценивания знаний, умений и навыков студентов по окончанию изучения каждого Модуля в соответствии с Положением о модульно-рейтинговой системе организации образовательного процесса. Итоговая оценка (в баллах) складывается из баллов, набранных по каждому Модулю (семестровая оценка) и баллов, набранных, непосредственно на зачете. Расчет набранных баллов по дисциплине осуществляется в следующей последовательности:

$C = \frac{M_1 + M_2 + ...M_n}{n} \times 0{,}6$, где М – количество баллов по модулю; n – количество модулей

$З = К \times 0{,}4$, где К - количество баллов на зачете;

$И = С + З + П$, где П – поощрительные баллы (от 1 до 5).

Уровень сформированности компетенций и их основные признаки оцениваются по следующим таблицам:

Оценка уровня сформированности компетенции ПК-3. Способен применять проблемно-ориентированные методы анализа и синтеза для выбора проектных решений по управлению качеством в части дисциплины Интернет-предпринимательство

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня	Инструменты оценки сформированности уровня
1	**Пороговый уровень (как минимально допустимый)** (обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ОПОП ВО) (от 60 до 70 баллов)	ПК-3.2 З.6 Знать: особенности и правовые нормы реализации интернет-проектов, типовые бизнес модели интернет-проектов, методику реализации стартап-проектов, порядок оценки потребности в ресурсах и финансовых последствий реализации проекта.	Тестирование письменное Кейс-задание Лабораторный практикум Зачет
2	**Базовый уровень (относительно порогового уровня)** **(**От 71 до 85 баллов**)**	ПК-3.2 З.6 Знать: особенности и правовые нормы реализации интернет-проектов, типовые бизнес модели интернет-проектов, методику реализации стартап-проектов, порядок оценки потребности в ресурсах и финансовых последствий реализации проекта. ПК-3.2 У.7 Уметь: формировать бизнес-идею и оценивать возможности и ограничения для ее реализации, формировать эффективное товарное предложение, составлять план реализации стартап-проекта, учитывающий действующие правовые нормы, возможность привлечения ресурсов в проект, оценивать финансовые последствия его реализации.	Выступление на семинаре Подготовка и выступление с докладом Тестирование письменное Кейс-задание Лабораторный практикум Зачет
3	**Повышенный уровень (относительно порогового уровня)** (От 86 до 100 баллов)	ПК-3.2 З.6 Знать: особенности и правовые нормы реализации интернет-проектов, типовые бизнес модели интернет-проектов, методику реализации стартап-проектов, порядок оценки потребности в ресурсах и финансовых последствий реализации проекта. ПК-3.2 У.7 Уметь: формировать бизнес-идею и оценивать возможности и ограничения для ее реализации, формировать эффективное товарное предложение, составлять план реализации стартап-проекта, учитывающий действующие правовые нормы, возможность привлечения ресурсов в проект, оценивать финансовые последствия его реализации. ПК-3.2 В.7 Владеть: навыками организации стартап-проекта в интернет-среде.	Частые выступления на семинаре Подготовка и выступление с докладом Тестирование письменное Кейс-задание Лабораторный практикум Зачет

Приложение 1

Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Студентам на первом занятии необходимо ознакомиться с Рабочей программой дисциплины, где прописаны цели, задачи и трудоемкость дисциплины; с порядком изучения дисциплины, т.е. модульно-тематическим планом и пояснительной запиской с указанием этапов формирования заявленных компетенций. А также ознакомиться с порядком оценивания результатов обучения, для чего необходимо изучить следующие документы: Положение о модульно-рейтинговой системе оценивания и Принципы оценки уровня знаний, умений и навыков (характеристика ответа).

Перед началом изучения дисциплины необходимо повторить учебный материал обеспечивающих учебных дисциплин предшествующих курсов, которые дают основу для изучения дисциплины «Интернет-предпринимательство»: основы предпринимательства, маркетинг.

Студент должен внимательно изучить перечень основной (дополнительной) литературы и взять необходимые учебники в библиотеке.

При сдаче модулей упор делается на выявление основных причинно-следственных связей, понимания их логики и грамотной формулировки ответа, а также – ориентацию на максимальное удовлетворение потребностей покупателей, т.к. от этого зависит эффективность маркетинга.

При подготовке к семинарскому занятию необходимо уточнить план проведения занятий, подготовить необходимую информационную базу. Практические занятия проводятся после лекционного изучения темы в различных формах, активизирующих работу студента.

При изучении данного курса преподавателем используются интерактивные методы обучения, что помогает эффективнее сформировать заявленные компетенции. При проведении занятий с помощью интерактивных технологий группа или разбивается на команды или студенты работают индивидуально. Каждая команда или студент обеспечивается необходимой информацией. Занятие проводится в основном в виде решения ситуационных заданий (кейсов), позволяющих освоить методику и приобрести необходимые навыки в организации маркетинговой деятельности. Только после приобретения навыков по решению ситуационных заданий, можно говорить о формировании желаемых компетенций у студентов.

Интерактивные формы обучения обеспечивают высокую мотивацию, прочность знаний, творчество, коммуникабельность, командный дух, ценность индивидуальности, свободу самовыражения, акцент на деятельность, взаимоуважение и демократичность.

Приложение 2

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»

Кафедра бизнес-аналитики

Фонд оценочных средств
для проведения текущей и промежуточной аттестации
по дисциплине

«Интернет-предпринимательство»

Направление подготовки	27.03.02 Управление качеством
Профиль подготовки	Управление качеством в бизнес-системах
Год набора	2025

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Наполнение фонда оценочных средств по формам контроля
   2.1 Фонд оценочных средств и шкала оценивания для текущего контроля
      2.1.1 Выступление на семинаре
      2.1.2 Подготовка и выступление с докладом
      2.1.3 Тестирование письменное
      2.1.4 Кейс-задание
      2.1.5 Лабораторный практикум

   2.2 Фонд оценочных средств и шкала оценивания для промежуточного контроля
      2.2.1 Фонд оценочных средств для проверки знаний и умений (вопросы к зачету)
      2.2.2 Фонд оценочных средств для проверки навыков (задачи к зачету)

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Формы контроля / **Формируемые компетенции и их индикаторы**	**ПК-3**
	ПК-3.2
Формы текущего контроля	
Выступление на семинаре	З.6, У.7
Подготовка и выступление с докладом	З.6, У.7
Тестирование письменное	З.6, У.7
Кейс-задание	З.6, У.7, В.7
Лабораторный практикум	З.6, У.7, В.7
Формы промежуточного контроля	
Зачет	З.6, У.7, В.7

2. Наполнение фонда оценочных средств по формам контроля

2.1. Фонд оценочных средств и шкала оценивания для текущего контроля

2.1.1. Выступление на семинаре

Выступление на семинаре является формой контроля для оценки уровня освоения компетенций, применяемой на семинарских занятиях. Выступление на семинаре может проводиться с использованием форм устного опроса, обсуждения докладов, выполненных заданий и проблемных вопросов. Выступление на семинаре, таким образом, включает обязательную для всех студентов оценку текущего контроля знаний в виде устного опроса, а также выступление студентов по проблемным вопросам темы.

Примерные вопросы к семинарским занятиям

Вопросы к семинарам включают оценку закрепления материала, пройденного на лекциях, а также вопросы, направленные на выявление уровня понимания студентом сути предпринимательской деятельности.

Вопросы на проверку знаний

1. Какими основными свойствами наделена сеть Интернет?
2. Сформулируйте наиболее удачное определение понятия «интернет-бизнес»
3. Охарактеризуйте мировой опыт использования систем интернет- бизнеса.
4. Охарактеризуйте опыт использования систем интернет-бизнеса в России.
5. В чем состоят принципиальные отличия интернет-бизнеса от традиционной формы бизнеса?
6. Классифицируйте основные виды интернет-бизнеса и дайте им характеристику.
7. характеризуйте основные сферы применения интернет-бизнеса.
8. Охарактеризуйте основные понятия и категории, применяемые в системах интернет-бизнеса.
9. Что такое бизнес-процесс?
10. Что такое транзакция?
11. Охарактеризуйте основные принципы функционирования Интернет-бизнеса.
12. Дайте определение понятия интернет-магазин.
13. Какова структура товаров, продаваемых в Интернет-магазинах?
14. Каковы наиболее удобные для Интернет-покупателей способы оплаты покупок в электронных магазинах?
15. Перечислите основные способы оплаты покупок в сети Интернет и дайте им характеристику.
16. Каковы основные факторы, определяющие возможность покупки товаров в интернет-магазинах?
17. Каков негативный опыт использования систем интернет-бизнеса?
18. Каковы основные препятствия совершению покупок и оплаты товаров в

интернет-магазинах?
19. Каковы тенденции развития интернет-бизнеса в мире и России?
20. Сформулируйте основные нерешенные проблемы в Интернет-бизнеса.
21. Каковы перспективы развития интернет-бизнеса в России?
22. Назовите основные причины неуспешной работы ряда Интернет-компаний.
23. Какие критерии следует учитывать при выборе оптимального программного обеспечения интернет-бизнеса?
24. Что такое экономическая эффективность интернет-бизнеса?

Критерии оценивания

Результат	Баллы
Демонстрирует полное понимание поставленного вопроса, логично и последовательно отвечает на вопрос. Дает развернутый ответ с практическими примерами.	90-100
Дает полный и логически правильный ответ на вопрос, но сформулировать примеры по рассматриваемому вопросу не может.	80-89
Демонстрирует частичное понимание сути вопроса, ответы не всегда последовательны.	70-79
Способен сформулировать определения терминов, привести классификацию, перечислить формы, методы и т.п., но не может дать их характеристику.	60-69
Демонстрирует непонимание вопроса, отвечает с наличием грубых ошибок в ответе либо не отвечает на вопросы.	Менее 60

2.1.2. Подготовка и выступление с докладом

Доклад является одним из этапов в формировании компетенций обучающегося. Доклад как форма оценочного средства предполагает краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной работы студента. Его задачами являются формирование умений самостоятельной работы студентов с источниками литературы, развитие навыков логического мышления, углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Примерные темы докладов

1. Теория информационного общества и ее место в теориях постиндустриализма.
2. Понятие и сущность Интернет-предпринимательства.
3. Воздействие постиндустриальных тенденций на развитие Интернет-экономики в России.
4. Развитие новых информационных технологий в современной экономике.
5. Причины информатизации экономики.
6. Рынок Интернет-ресурсов.
7. Концепция «электронного правительства» и пути ее реализации.

8. Понятие и бизнес-модели электронной коммерции.
9. Развитие трудовых отношений в Интернет-экономике.
10. Информация как фактор производства.
11. Синергетические эффекты взаимодействия структурных сдвигов в Интернет-экономике.
12. Информационный сектор в экономике.
13. Трансакционные издержки в Интернет-экономике.
14. Применение информационных технологий в банковской сфере (электронный банкинг).
15. Зарубежная практика организации работы Интернет-предприятия.
16. Российские практики организации работы Интернет-предприятия.
17. Интернет-магазин как основная бизнес-модель Интернет-предпринимательства.
18. Особенности блоггинга как бизнес-модели Интернет-предприятия.
19. Ценность информационного контента в бизнес-моделировании Интернет-предприятия.

Критерии оценивания

Критериями оценки доклада являются: выбор источников литературы, степень раскрытия сущности вопроса.

Выбор источников литературы. Определяется, привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные и т.д.).

Степень раскрытия сущности вопроса. В данном случае определяется: соответствие содержания доклада его теме, способность систематизировать материал, полнота и глубина знаний по теме, умение обобщать, делать выводы.

Критерии оценивания	Баллы
В докладе тема раскрыта полностью, используются интересные источники, сформулированы выводы. Студент дает развернутые ответы на поставленные вопросы с практическими примерами.	90-100
Основные требования к докладу выполнены, но при этом допущены недочёты (имеются неточности в изложении материала; поверхностные выводы). Студент дает ответы на поставленные вопросы.	80-89
В работе имеются недостатки: тема освещена лишь частично, отсутствуют выводы или они поверхностные. Студент частично дает ответ на поставленные вопросы.	70-79
Доклад представлен, но тема его не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.	60-69

2.1.3. Тестирование письменное

Для проверки полученных студентами знаний при изучении «Интернет предпринимательства» предлагается письменно ответить на 20 тестовых заданий.

Примеры тестовых заданий

1. Структура экономики постиндстриального информационного общества характеризуется:
   a) Традиционными капиталоемкими отраслями;
   b) Наукоемкими инновационными отраслями;
   c) Добывающими видами хозяйственной деятельности.
2. Преимуществами онлайн-ведения предпринимательства являются (несколько ответов):
   a) Необходимость постоянно быть на пике технологий и новостей.
   b) Низкая стоимость изменений.
   c) Сокращение традиционных издержек.
   d) Высокий порог вхождения.
   e) Отсутствие привязки к местоположению.
3. Сильный Интернет-бренд характеризуется (два ответа):
   a) Размытием границ целевой аудитории.
   b) Точной сегментацией.
   c) Стремлением максимально охватить всех возможных потребителей.
   d) Лучшим удовлетворением потребности потребителя.
4. Поведенческие технологии контекстной рекламы включают в себя:
   a) Историю поиска пользователя в интернете.
   b) Показ товаров и услуг, которые пользователь добавил в корзину в Интернет-магазине.
   c) Прямое изъявление желания на форуме и в чатах.
5. Дропшиппинг – это:
   a) метод управления цепью поставок, при которой посредник осуществляет розничную торговлю без промежуточного хранения товаров на своём складе.
   b) метод управления цепью поставок, при которой посредник осуществляет розничную торговлю с брендированием товара.
   c) метод управления цепью поставок, при которой посредник осуществляет оптовую торговлю с хранением товара на складе.
6. К практическим примерам бизнес-моделей компаний Интернет-сферы не относятся:
   a) ПАО «Газпром»
   b) Amazon
   c) Netflix
7. К бизнес-модели электронной торговли относится:
   a) web-витрина
   b) Интернет-магазин
   c) торговые Интернет-системы

d) все варианты верны

8. К бизнес-моделям компаний, работающих в Интернет-сфере не относятся:
   a) Интернет-аукцион
   b) Баннеорнообменная сеть
   c) Дистрибьюторская оффлайн-сеть
   d) Корпоративный портал

Критерии оценивания тестов

Результат выполнения тестовых заданий студентом оценивается в баллах. Оценка ответа студента по результатам тестирования производится по 100 балльной системе. Если тесты решены и ответ верный, то за каждый правильный ответ ставится 5 баллов.

2.1.4. Кейс-задание

1. Кейс на использование методов и инструментов развития интернет-компании.

Продвижение сайтов строительных услуг имеет свою специфику. Конкуренция в таких нишах достаточно высокая. Строительная компания имеет следующие исходные данные по сайту:

Тематика: Строительство модульных домов

Возраст сайта: 2 года

Посещаемость: 20 посетителей в сутки

Доменная зона: региональная, в последствии поменяли на .ua

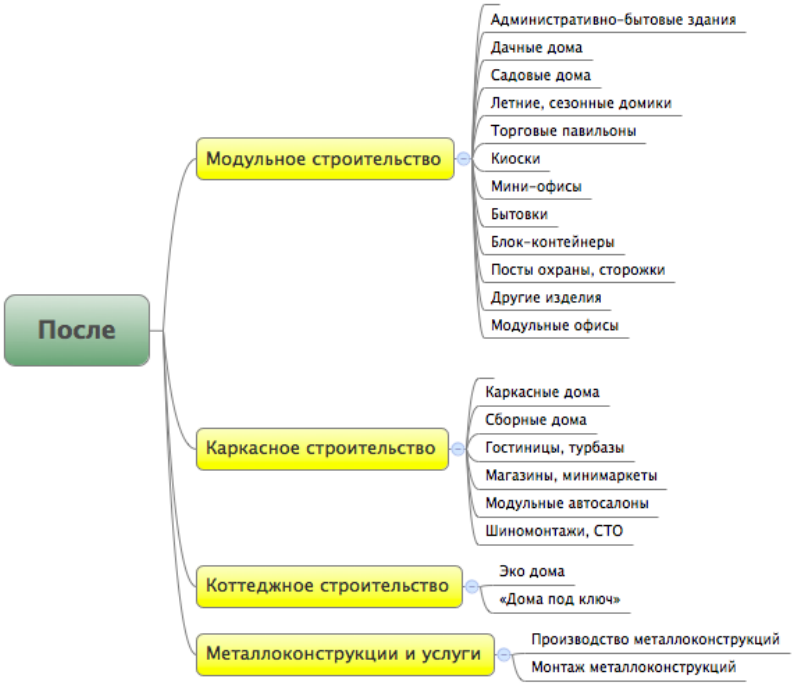
Структура сайта:



В структуре представлены основные и приоритетные направления бизнеса. После общения с владельцем, оказалось, что общий перечень услуг и продукции можно расширить.

В данном случае одинаковые конструкции могут запрашиваться по разным ключевым словам. Например, дачный и садовый дом — одно и тоже,

но целевая аудитория разная. Структура сайта после анализа семантического ядра и более детальной работы с владельцем:



Перечень категорий увеличился с 6 до 26 категорий. Общее количество слов в семантическом ядре — 231 слово. Примерно 90% из них находится в топ 10 на данный момент. При этом ссылки с ежемесячной оплатой не используются.

Задание: проанализируйте, по какому принципу изменился перечень категорий в архитектуре сайта. Какие методы и инструменты продвинули сайт в Топ-10 в поисковых запросах? Предложите свои варианты оптимизации категорий сайта и контента.

Критерии оценки

Критерии оценки кейса	Баллы
Студент провел подробный анализ методов продвижения, предложил несколько своих способов развития Интернет-компании, выбрал наиболее оптимальный и доказал его эффективность	87-100
Студент провел подробный анализ методов продвижения, предложил один способ развития Интернет-компании и доказал его эффективность	75-86
Студент провел подробный анализ методов продвижения	61-74
Студент не сумел провести анализ методов продвижения и предложить способы развития Интернет-компании	Менее 60 баллов

2. Кейс по координации предпринимательской деятельности в Интернете.

Проект «Едим Дома!» — это целая кулинарная сеть, создателем и вдохновителем которой является Юлия Высоцкая. Портал объединяет в себе несколько разделов: «Рецепты» (здесь публикуются рецепты Юлии Высоцкой, а также авторские рецепты пользователей сайта), «Телепередачи» (все выпуски программы «Едим Дома!»), «Кулинарная школа» (место, где пользователи могут почитать о кулинарных курсах Юлии Высоцкой), «Энциклопедия» (сборник определений на кулинарную тему), «Клуб» (раздел, в котором пользователи общаются между собой и публикуют свои собственные статьи и рецепты), «Франшиза» (информация об условиях сотрудничества по открытию магазина «Едим Дома!») и «Конкурсы» (место, где пользователи могут принять участие в конкурсах и викторинах от Юлии Высоцкой).

Сайт: www.edimdoma.ru

В первый месяц работы был выполнен комплексный аудит сайта. В ходе его проведения были выявлены основные проблемы сайта и его ошибки – логические, технические, маркетинговые, и сделаны конкретные предложения по внесению изменений в существующую версию сайта.

Основные ошибки, которые выявил аудит:

1) Наличие в индексе «мусорных» страниц и отсутствие – нужных. Для решения этой проблемы, необходимо собрать все страницы сайта, вычистить «мусорные» (авторизация, пагинация, служебные, админка и т.д.) и те, которые закрыты от индексации умышленно, и затем проверить их на наличие в индексе поисковых систем. «Мусорные» страницы закрыть от индексации, нужные – проанализировать на ошибки и доработать до такой степени, чтобы они попали в индекс.
2) Отсутствие текстовых описаний и метатегов во многих разделах. Для решения этой проблемы необходимо добавить текстовое описание во все разделы на сайте, прописать метаданные, оптимизировать тексты под поисковые системы, постоянно пополнять сайт новым, полезным и уникальным контентом.
3) Недостаточно высокая скорость загрузки сайта. Скорость загрузки сайта можно проверить с помощью официального сервиса Google PageSpeed Insights. Идеальный показатель – от 90 до 100 баллов. Показатели сайта edimdoma.ru составили 62 из 100, что является не самым лучшим результатом. Для увеличения скорости загрузки необходимо провести следующие работы: включить сжатие на веб-сервере, оптимизировать изображения, использовать кэш, перенести подключение внешних скриптов и файлов стилей CSS в конец страницы (перед закрывающим тегом </body>), чтобы их загрузка не препятствовала отображению основного контента страницы.
4) Отсутствие заголовка Expires. Заголовок Expires указывает на время, когда заканчивается срок актуальности страницы. Именно с помощью этого заголовка можно указывать поисковому роботу, когда нужно прийти на страницу и проиндексировать обновленную информацию. Интервал между

заходами будет постепенно уменьшаться, а потом установится на минимальном уровне, если информация на странице существенно изменялась. На сайте нашего клиента заголовок Expires отсутствовал.

5) Отсутствие географических метатегов. На тот момент времени геометки еще играли роль для поисковых систем, поэтому для сайта edimdoma.ru мы порекомендовали их прописать. Сейчас они никакой роли не играют, поэтому в текущих реалиях их прописывать нет необходимости.
6) Ошибки в файле robots.txt. В самом начале списка было указано правило «Allow: /*?page», которое разрешает индексировать страницы пагинации. При этом ниже написаны правила, которые запрещают их индексацию: «Disallow: /*?page=1», «Disallow: /*?pag». В итоге, на сайте страницы пагинации индексировались, т.к. поисковой робот не учитывал данные правила, видя, что индексация таких страниц разрешена правилом «Allow: /*?page». Этот момент необходимо было исправить.
7) Отсутствие тега noindex. Тег noindex необходим, чтобы помочь поисковому роботу сориентироваться на конкретной странице, например, не индексировать пункты меню, данные форм и прочую служебную информацию. Данный тег понимает только «Яндекс», для Google он ничего не значит.
8) Плохая оптимизация изображений. На большом количестве изображений отсутствовал атрибут alt=””. В качестве рекомендаций к этому пункту были даны следующие указания: постараться использовать уникальные изображения и к каждому из них обязательно добавлять атрибут alt=”” с описанием того, что на нем изображено. Идеально, если это описание будет содержать ключевые слова – это даст дополнительные переходы с поиска по изображениям.
9) Плохая текстовая релевантность. Правильная релевантность сайта достигается за счет создания грамотного семантического ядра и распределения запросов по разделам и составления карты релевантности. У проекта edimdoma.ru релевантность была не проработана, из-за чего сайт терял достаточно много поискового трафика.
10) Повторяющиеся теги title и description. На каждой странице должны быть прописаны заголовок <title> и тег description, релевантные содержанию самой страницы. Заголовок <title> отображается во вкладке браузера, в сниппете поисковой выдачи, названии закладки браузера. Тег description отображается в сниппете поисковой выдачи. Желательно, чтобы эти метатеги были уникальны на каждой странице, не повторялись.
11) Нарушенная иерархия заголовков. На сайте имелся целый список страниц, на которых была нарушена иерархия заголовков (отсутствует заголовок h2, после h1 идет h3), а на некоторых страницах – вообще отсутствовали. Необходимо было исправить иерархию заголовков на страницах, на которых она нарушена. Добавить заголовки h1 на страницы, где они отсутствуют. Внести изменения на страницы, где больше одного заголовка h1.

12) Дублированный контент. На сайте не должно быть страниц с одинаковым контентом, но открывающимся по разным адресам. От него необходимо было избавиться, либо удалив, либо переписав тексты в дублирующихся разделах.
13) Плохой ссылочный профиль. Анализ внешней ссылочной массы показал, что ранее для сайта систематично закупалась ссылочная масса. Необходимо было срочно прекратить закупку ссылок и провести мероприятия по снятию уже существующих ссылок с некачественных ресурсов.

Задание: на основе аудита сайта составьте техническое задание на оптимизацию и доработку Интернет-ресурса, распределите функционал между менеджером проекта, контент-менеджером, программистами и т.д.

Критерии оценки

Критерии оценки кейса	Баллы
Техническое задание нацелено на продвижение и развитие Интернет-ресурса, включает в себя эффективные методы и инструменты развития, наличие четкого распределения функционала	87-100
Техническое задание нацелено на продвижение и развитие Интернет-ресурса, включает в себя методы и инструменты развития, эффективность которых студент затрудняется обосновать, функционал четко распределен	75-86
Техническое задание нацелено на продвижение и развитие Интернет-ресурса, включает в себя методы и инструменты развития, эффективность которых студент затрудняется обосновать, распределение функционала размыто	61-74
Студент не сумел четко сформулировать техническое задание и распределить функционал	Менее 60 баллов

2.1.5. Лабораторный практикум

В ходе лабораторного практикума студенты практически осваивают научно-теоретические положения изучаемого предмета, овладевают инновационными техниками экспериментирования в соответствующей научной сфере, занимаются инструментализацией знаний, полученных на лекциях и из учебных пособий, то есть превращают их в средство для решения сначала

учебно-исследовательских, а позже реальных практических и экспериментальных задач.

Цели лабораторного практикума:

- отработка умения использовать методы и инструментарий создания Интернет-предприятия,
- освоение приемов и инструментов реализации Интернет-проектов;
- приобретение умений в моделировании Интернет-предприятия.

Задание. В ходе лабораторного практикума студенты поэтапно создают Интернет-предприятие с учетом следующих параметров:



1. Ценностное предложение.
2. Начальная идея.
3. Сегментация.
4. Анализ рынка и конкурентов.
5. Нейминг, «одежда» Интернет-бренда.
6. Особенности товара/услуги как Интернет-бренда.
7. Система бизнес-решения. Платформа для Интернет-продвижения. Описание Интернет-ресурса.
8. Операционная деятельность, управление и структура Интернет-ресурсом.
9. Координация деятельности Интернет-предприятия. Каналы Интернет-продвижения товара.
10. Анализ эффективности Интернет-предприятия
11. Прогнозы развития Интернет-бренда (студент должен дать оценку самостоятельно).

Критерии оценивания

Итогом лабораторного практикума являются: презентация и доклад.

Презентация: точное описание ценностного предложения, понимание основных параметров создания Интернет-предприятия (точность описания целевой аудитории, исследования конкурентной среды); глубина раскрытия особенностей позиционирования бренда в Интернет-среде; креативный подход к системе бизнес-решений (отход от тривиальных схем), понимание особенностей функционирования Интернет-площадки и выбора ресурса,

релевантно решающего задачи эффективной предпринимательской деятельности, самостоятельность в оценке прогнозов развития компании.

Критерии оценивания	Баллы
Проект представлен в виде презентации, проект имеет логику, доказательную основу, креативный подход. Результаты представлены в наглядной форме (таблицы и графики). Студент демонстрирует умение использовать методы, приемы, инструментарий создания интернет-компании, а также понимание дальнейшей координации ее деятельности. Дает развернутые ответы на поставленные вопросы.	90-100
Проект представлен в виде презентации, проект имеет логику, доказательную основу, креативный подход. Студент демонстрирует умение использовать методы, приемы, инструментарий создания интернет-компании,, но есть небольшие недостатки, представлены рекомендации. Студент дает ответы на поставленные вопросы.	80-89
Проект представлен в виде презентации, проект имеет логику, доказательную основу, креативный подход. Результаты представлены в наглядной форме (таблицы и графики). Студент демонстрирует умение использовать методы, приемы, инструментарий создания интернет-компании, но есть недостатки (часть ответов не учтены), представлены некоторые рекомендации. Студент способен ответить на вопросы.	70-79
Проект представлен, но освещено недостаточное количество вопросов, нет точности в формулировках.	60-69

2.2. Фонд оценочных средств и шкала оценивания для промежуточного контроля

2.2.1. Фонд оценочных средств для проверки знаний и умений

Вопросы к зачету

1. Понятие, свойства и признаки Интернет-экономики.
2. Понятие Интернет-предпринимательства и его виды.
3. Информационные ресурсы, информационные товары и услуги. Двойственность Интернет-товара.
4. Жизненный цикл Интернет-товара.
5. Полезность и ценность (стоимость) Интернет-товара.
6. Особенности трудовых отношений в Интернет-экономике.
7. Формирование команды Интернет-стартапа.
8. Анализ конкурентной среды в Интернете.
9. Условия развития Интернет-предпринимательства в России.

10. Интернет-бренд и его признаки, цикл создания Интернет-бренда.
11. Основные модели бизнеса в Интернете.
12. Методы и программы изучения Интернет-аудитория. Сегментация.
13. Этапы работы с целевой аудиторией в Интернете.
14. Источники финансирования Интернет-предприятия.
15. Виды Интернет-рекламы.
16. Технологии контекстной рекламы.
17. Социальные сети как платформа для развития Интернет-компании
18. Методы увеличения охвата аудитории в социальных сетях.
19. Конверсия Интернет-ресурса как показатель эффективности деятельности.
20. Основы SEO как метода продвижения Интернет-компании.
21. Преимущества и недостатки предпринимательства online и offline.
22. Взаимодействие спроса и предложения на рынке Интернет-товаров.
23. Формирование издержек и результатов деятельности в Интернет-предприятия.
24. Информационный сектор и теория воспроизводства.
25. Методы управления Интернет-предприятием.
26. Классификация платформ для создания Интернет-компании.
27. Функции государства в Интернет-экономике.
28. Инструменты web-аналитики в управлении Интернет-предприятием.
29. Методы оценки эффективности работы Интернет-предприятия.
30. Мониторинг Интернет-ресурса на основе статистики.
31. Информационная безопасность, ее критерии, показатели и методы защиты.
32. Основы коммуникационного процесса
33. Анализ коммуникационных процессов
34. Разработка предложений по повышению эффективности коммуникационных процессов
35. Межличностные и групповые коммуникации в учебной и профессиональной деятельности

2.2.2. Фонд оценочных средств для проверки навыков (задачи к зачету)

Задачи к зачету

КЕЙС: Внесите предложения по координации предпринимательской деятельности в интернете.

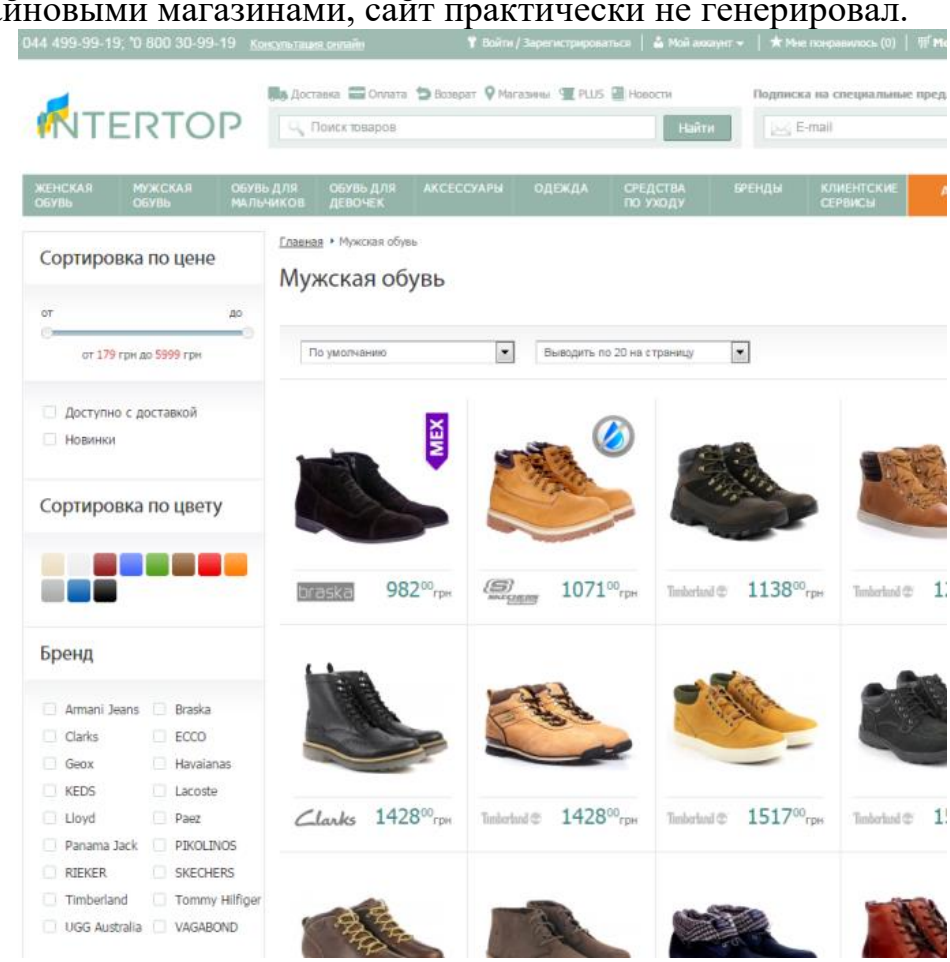
В ходе написания технического задания отрабатываются навыки координации предпринимательской деятельности в интернете.

Важно: превратить интернет-магазин сети в полноценный канал продаж и интегрировать его с физическими магазинами, чтобы создать единое информационное пространство, где услуги персонализированы, полноценно

действуют программы лояльности, клиенту доступен весь ассортимент из любого места через любой удобный ему канал:.

INTERTOP – обувная сеть, имеющая более offline магазины. В офлайне сеть работает давно и успешно, собрав лояльную аудиторию. В онлайне же ее присутствие до 2015 года ограничивалось сайтом-витриной, который выполнял, в основном, информационные функции: отзывы покупателей, новости, анонсы новых акций.

К сайту прилагался интернет-магазин, но с очень ограниченным функционалом: урезанный ассортимент, маркетинговые акции на онлайн-товары не распространялись, у покупателей не было возможности воспользоваться скидками или бонусами. То есть продаж, в сравнении с офлайновыми магазинами, сайт практически не генерировал.



Для того, чтобы онлайн-платформа стала самостоятельным каналом, ее нужно полностью интегрировать с ERP системой компании. Чтобы делать клиенту индивидуальные предложения, предлагать скидки и бонусы, необходима интеграция с CRM системой, чтобы вся история взаимоотношений с клиентом была доступна онлайн: когда и какие покупки он делал, сколько накопил бонусных баллов, какими акциями он воспользовался и так далее. Единое информационное пространство означает, что клиенты сети перестают видеть разницу между тем, по какому каналу они общаются с INTERTOP, например, примеряя ботинки в реальном магазине и тут же с телефона заказывая их доставку себе в другой город.

В качестве платформы для интернет-магазина выбрали Битрикс: у нее открытая архитектура, довольно широкие встроенные возможности, а определенная гибкость системы дает свободу реализовывать нестандартный функционал, требующийся заказчику. Здесь приоритетными стали следующие задачи:

- полная интеграция с внутренней системой (в онлайн внесли весь ассортимент)
- наполнение контентом (в фэшн-индустрии максимально качественный контент – это главный фактор, влияющий на принятие решения о покупке. Важно выложить описания и качественные фотографии для всего ассортимента)
- возможность найти и выбрать товар по бренду, цвету, размеру
- отладка и упрощение процедуры заказа
- возможность в онлайне пользоваться привычными бонусными программами (в онлайн внесли все данные пользователей)
- устранение дублей пользовательских данных и привязка бонусных карт.

INTERTOP ведет очень активную маркетинговую политику. Одновременно может идти до 20-ти акций так, что сами менеджеры могут перепутать, под какие акции подпадает тот или иной товар и как правильно применять к нему скидки.

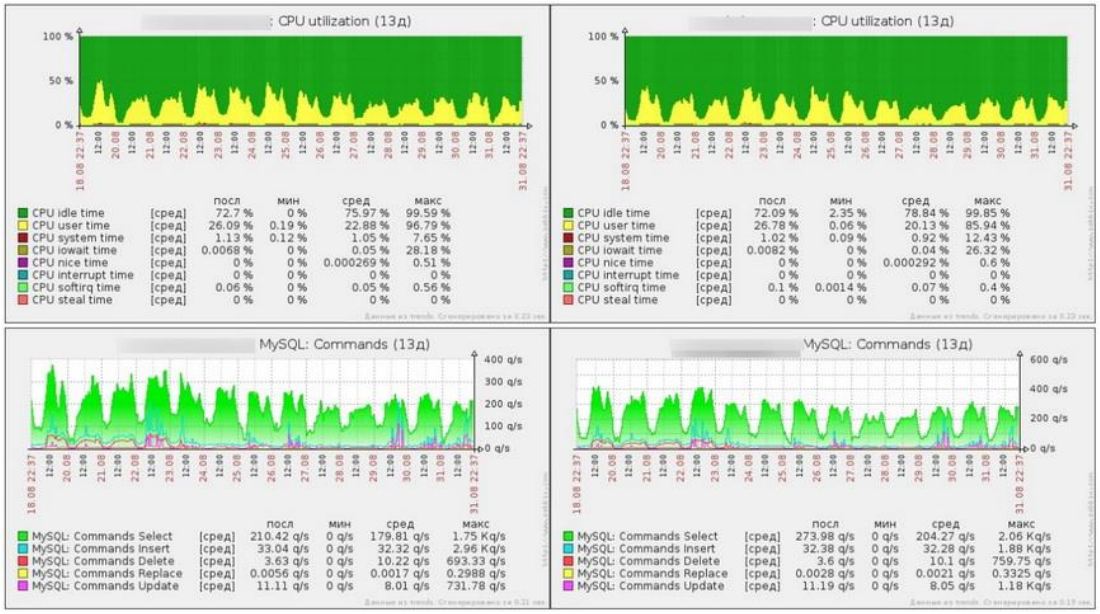
В компании есть 4 вида скидок:

- бонусные баллы
- подарочные купоны
- скидка 5% за эквайринг
- индивидуальная скидка на товар

Проблема в том, что все 4 скидки в Битрикс применялись одновременно, и расчет конечной цены получался некорректным.

В E-commerce критически важным является способность системы выдерживать пиковые нагрузки, когда в дни акций и сезонных распродаж на сайт приходит на 200-500% больше покупателей, чем обычно. Архитектуру решения для такой ситуации трудно протестировать при ежедневной нагрузке.

На платформе INTERTOP используется кластерная архитектура, когда нагрузка распределяется на несколько серверов по алгоритму балансирования. С одной стороны, это усложняет и саму систему, и ее эксплуатацию; а с другой стороны, это просто цена, которую стоит заплатить, чтобы система работала без сбоев в самые активные дни продаж при большом наплыве покупателей. При этом, работа менеджеров в административной части платформы должна всегда быть стабильной вне зависимости от общей нагрузки, поэтому их участок вынесен на отдельный сервер.



Задание 1. Что важно учесть на этапе соединения онлайн и оффлайн платформ со стороны заказчиков и разработчика Интернет-магазина? Напишите основные пункты технического задания и систему управления его реализацией.

Задание 2. Каким образом необходимо доработать стандартный функционал Битрикс, чтобы прописать алгоритм работы с корзиной и расчета скидок?

Задание 3. Каким образом необходимо протестировать архитектуру сайта для выявления «пиковых» участков наивысших нагрузок. Можно ли во время проведения акций проводить переоценку товаров?

Задание 4. Разработайте специальные инструкции для менеджеров на периоды пиковых нагрузок на Интернет-сайте.

Задание 5. Сформируйте техническое задание для доработки Интернет-сайта с учетом пиковых нагрузок на Интернет-сайте.

Задание 6. Опишите систему координации предпринимательской деятельности INTERTOP в Интернет-пространстве в виде Положения по развитию Интернет-сайта.

Задание 7. Какими инструментами оптимизируется предпринимательская деятельность INTERTOP в Интернет-пространстве. Опишите инструменты и оцените их эффективность.

Критерии оценки уровня усвоения знаний, умений и навыков по результатам зачета

Характеристика ответа	Европейская оценка	Рубежные баллы	Оценка	Уровень сформированности компетенций
Дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном ориентировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. При ответе студент демонстрирует применение знаний к реальным профессиональным ситуациям, объясняет решение практической ситуации на уровне анализа, синтеза и дает свою оценку решения проблемы. Причем студент не затрудняется с ответом при видоизменении задания и правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	**A**	**100-96**	**зачтено**	**Повышенный уровень сформированности компетенций**
Дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Умеет тесно увязывать теорию с практикой. Практическая ситуация решена правильно и с обоснованием принятого решения. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.	**A**	**95-91**	**зачтено**	
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Практическая ситуация решена верно, правильно обосновывает принятую методику ее решения. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. В ответе допущены недочеты, исправленные студентом с помощью преподавателя.	**A**	**90-86**	**зачтено**	
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные				**Ба зо вы й**

признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком в терминах науки. Студент владеет разносторонними навыками и приемами решения практических ситуаций. Могут быть допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.	**B**	**85-81**	**зачтено**	
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Студент владеет навыками и приемами решения практических ситуаций. Ответы на дополнительные вопросы логичны, изложены в терминах науки, однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.	**C**	**80-76**	**зачтено**	
Студент демонстрирует достаточные теоретические и практические знания. Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий или решении практической ситуации, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	**C**	**75-71**	**зачтено**	
Дан недостаточно полный и развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции. Студент испытывает затруднения при выполнении практической ситуации и не может связать теорию с практикой.	**D**	**70-66**	**зачтено**	**Пороговый уровень сформированности компетенций**
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Испытывает затруднения при выполнении практических ситуаций. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	**E**	**65-61**	**зачтено**	

Дан неполный ответ. Присутствует нелогичность изложения. Студент затрудняется с доказательностью. Масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов, явлений. В ответе отсутствуют выводы. Речь неграмотна. При ответе на дополнительные вопросы студент начинает понимать связь между знаниями только после подсказки преподавателя. Ситуация не решена.	**E**	**60**	**зачтено**	
Студент испытывает значительные трудности в ответе на вопросы. Присутствует масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов, явлений. Речь неграмотна. На дополнительные вопросы студент не отвечает. Ситуация не решена.	**F**	**Менее 60**	**Не зачтено**	**Компетенции не сформирован**