УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»

Кафедра бизнес-аналитики

«Утверждаю»
Зав. кафедрой
А.М. Найда

Протокол заседания
кафедры № 7
от « 26 » февраля 2026 г.

Рабочая программа дисциплины

Наименование дисциплины	Электронный бизнес
Направление подготовки	38.04.05 Бизнес-информатика
Профиль подготовки	Архитектура предприятия
Год набора	2025, 2026

Составитель:

канд. экон. наук, доц. Е.Ю. Елесин

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	18
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	19
8.	Оценка компетенций по изучаемой дисциплине	19
	Приложение 1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	24
	Приложение 2. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	25

1. Цели и задачи учебной дисциплины

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 качество стартапов.

Курс по технологической стороне создания интернет-стартапа (программирование) есть в ведущих университетах мира. Курс предназначен для студентов, интересующихся интернет-предпринимательством как на уровне малых венчурных предприятий, так и в крупных корпорациях.

Исследуются различные вопросы, стоящие перед маркетологами, менеджментом и

Консультантами при выведении интернет - проектов на рынок и их развития.

Цель дисциплины – сформировать у будущего магистра по направлению 38.04.05 «Бизнес-информатика» комплекс знаний, умений и навыков (компетенций), которые позволят ему создать и управлять электронным предприятием и подразделениями электронного бизнеса.

Задачи дисциплины:

- Формирование понимание процесса создания жизнеспособного стартапа у студентов - потенциальных предпринимателей.
- Ознакомление студентов с моделями и инструментарием предпринимателя применительно к предприятиям, работающим в интернет-сфере.
- Формирование практических навыков в области управления интернет-проектом и развития малого предприятия в интернет-сегменте.

После освоения данной дисциплины студент должен:

Знать:

Уметь:

предпринимать обоснованные предпринимательские решения; систематизировать и обобщать информацию по отдельным вопросам электронного бизнеса

Владеть:

методами анализа электронного бизнеса и методикой составления бизнес-плана с использованием современных информационных технологий

методами управления эффективностью электронного бизнеса

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Данная дисциплина относится к обязательной части Блока 1 учебного плана подготовки магистра по направлению 38.04.05 «Бизнес-информатика» и находится во взаимосвязи с дисциплинами согласно схеме:

Обеспечивающие учебные дисциплины:
Бизнес-моделирование, Стратегический анализ

↓

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС

↓

Обеспечиваемые учебные дисциплины:
Производственная практика (Преддипломная практика)

До начала изучения дисциплины «Бизнес-моделирование» у студента должны быть сформированы компоненты компетенций, полученные в результате изучения дисциплин «Бизнес-моделирование», «Стратегический анализ».

3.Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина «Электронный бизнес» участвует в формировании следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.04.05 «Бизнес-информатика»:

ОПК-2. способен учитывать конкретные условия выполняемых задач и разрабатывать инновационные решения при управлении проектами и процессами в сфере информационно-коммуникационных технологий

ОПК-3. способен принимать решения, осуществлять стратегическое планирование и прогнозирование в профессиональной деятельности с использованием современных методов и программного инструментария сбора, обработки и анализа данных, интеллектуального оборудования и систем искусственного интеллекта

Декомпозиция компетенций

Индикаторы	**Результаты обучения по дисциплине**
Компетенция ОПК-2	
ОПК-2.1 Анализирует конкретные решения при управлении проектами и процессами в сфере информационно-коммуникационных технологий; разрабатывает инновационные решения при управлении проектами и процессами в сфере информационно-коммуникационных технологий	ОПК-2.1 У.2 Умеет предпринимать обоснованные предпринимательские решения; систематизировать и обобщать информацию по отдельным вопросам электронного бизнеса
ОПК-2.2 Осуществляет обоснование выбранных решений при управлении проектами и процессами в сфере информационно-коммуникационных технологий	ОПК-2.2 В.4 Владеет методами анализа электронного бизнеса и методикой составления бизнес-плана с использованием современных информационных технологий
Компетенция ОПК-3	
ОПК-3.2 Осуществляет обоснование по принятию стратегических решений в профессиональной деятельности с использованием современных методов и программного инструментария сбора, обработки и анализа данных, интеллектуального оборудования и	ОПК-3.2 В.5 Владеет методами управления эффективностью электронного бизнеса

систем искусственного интеллекта	

4. Структура и содержание дисциплины

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

Общая трудоемкость дисциплины по очному и заочному составляет 3 зачетные единиц (108 часов).

Модульная разбивка учебной дисциплины					
Направление «Бизнес-информатика» Дисциплина: «Электронный бизнес»					
Название модулей	Кол-во аудиторных часов		Самостоятельная работа очное/заочное	Всего часов	Индикаторы компетенции/ ЗУВы
	Лекции очное/заочное	Практика очное/заочное			
Модуль 1.					
Тема 1. Основы электронного бизнеса.	-	2/1	9/11	11/12	ОПК-2.1 У-2, ОПК-2.2 В-4
Тема 2. Планирование и организация электронного бизнеса		2/1	9/11	11/12	
Тема 3. Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий	-	6/1	9/11	15/12	
Тема 4. Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке	-	2/1	9/11	11/12	
Модуль 2.					
Тема 5. Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	-	4/2	9/11	13/13	ОПК-2.2 В-4
Тема 6. Технологическая модель электронного предприятия	-	6/2	9/11	15/13	
Модуль 3.					
Тема 7. Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	-	4/2	9/11	13/13	ОПК-2.2 В-4, ОПК-3.2 В-5

Тема 8. Экономические вопросы организации электронного бизнеса	-	4/2	9/11	13/13	
Подготовка к зачету			**6/8**	**6/8**	
Итого по курсу:	**-**	**30/12**	**78/96**	**108/108**	

Пояснительная записка с этапами формирования компетенций

Модуль 1 включает в себя четыре учебные темы.

В результате прохождения первого модуля студент должен

ОПК-2.1 У.2 Уметь предпринимать обоснованные предпринимательские решения; систематизировать и обобщать информацию по отдельным вопросам электронного бизнеса

ОПК-2.2 В.4 Владеть методами анализа электронного бизнеса и методикой составления бизнес-плана с использованием современных информационных технологий

Уровень освоения полученных умений и навыков проверяется выступлением на семинаре, выступлением с докладом, рефератом, презентацией интернет-проекта перед инвестором, ответами на теоретические и практические зачетные вопросы.

Модуль 2 включает в себя две учебные темы.

В результате прохождения второго модуля студент должен

ОПК-2.2 В.4 Владеть методами анализа электронного бизнеса и методикой составления бизнес-плана с использованием современных информационных технологий

Уровень освоения полученных навыков проверяется презентацией интернет-проекта перед инвестором, ответами на теоретические и практические зачетные вопросы.

Модуль 3 включает в себя две учебные темы.

В результате прохождения третьего модуля студент должен

ОПК-2.2 В.4 Владеть методами анализа электронного бизнеса и методикой составления бизнес-плана с использованием современных информационных технологий

ОПК-3.2 В.5 Владеть методами управления эффективностью электронного бизнеса

Уровень освоения полученных навыков проверяется презентацией интернет-проекта перед инвестором, ответами на теоретические и практические зачетные вопросы.

Данное деление дисциплины на модули активизирует самостоятельную работу студентов, повышает интенсивность и системность учебной работы, регулирует контроль учебной деятельности студентов в течении семестров, усиливает мотивацию студентов к изучению учебного материала.

4.2. Содержание дисциплины по темам (разделам)

Тема 1. Основы электронного бизнеса.

Интернет как среда ведения предпринимательской деятельности. Факторы снижения издержек в бизнес - моделях электронной коммерции. Факторы, влияющие на развитие технологий электронного бизнеса: общеэкономические, правовые, инфраструктурные, управленческие. Преимущества использования электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции.

Тема 2. Планирование и организация электронного бизнеса

Особенности архитектуры электронного предприятия. Организационные принципы электронного предприятия. Деформации модели архитектуры предприятия Захмана при ее применении к моделированию электронного предприятия. Описание Бизнес-архитектуры предприятия в таблице Захмана. Содержание описания ИТ-архитектуры (документы; правила бизнеса; база данных). Планирование электронного бизнеса. Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент». Бизнес-модели и направления электронного бизнеса: целевая установка, критерии успеха, целевая аудитория, требования и приоритеты, партнерства, финансы. Контент-модель: определения, источники данных, иерархия, презентация, позиционирование, ведение. Менеджмент-модель: процессы (отбор, разработка, импорт, хранение, измерения, поддержка), предпринимательские принципы, директивы, роли, степени ответственности. Тенденции развития программной, аппаратной и организационной инфраструктуры электронных предприятий.

Тема 3. Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий

Классификации бизнес-моделей электронной коммерции. Классификация Раппы: бизнес-модели в интернете (посредническая модель; рекламная модель; модель инфопосредника; модель продавца; модель производителя / модель прямого доступа; партнерская модель; модель сообщества, модель подписки; практичная модель). Классификация Эпплгейт: новые модели для менеджеров (специализированные дистрибьюторские модели; модели портала; модели поставщика; модели поставщиков инфраструктуры). Классификация Уэйла и Витейла: атомарные бизнес-модели (контент-провайдер; непосредственная работа с клиентом; поставщик набора услуг; посредник; общая инфраструктура; интегратор ценностной сети; виртуальное сообщество; целое предприятие). Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам (матрица B2C2G). Классификация бизнес-моделей по степени интеграции в электронный бизнес: модель интранета (модель B0); модель визитной карточки (модель B1); модель электронного заказа (модель B2); модель полной автоматизации (модель B3); модель

аутсорсинга (модель B4). Торгово-закупочные B2B системы. Системы управления закупками (e-procurement). Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM – системы). Системы управления продажами (e-distribution). Системы полного цикла сопровождения потребителей (eCRM-системы). Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи. Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (e-market).

Тема 4. Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке

Типы корпоративных представительств и рекомендации по их использованию. Корпоративный портал. Сайт-визитка, презентационный сайт. Интернет-витрина. Интернет-магазин. Внешний коммуникативный канал. Типовой вариант сайта Интернет-магазина. Торговые ряды. Комплексы программных средств для реализации Интернет-проекта. Разработка проекта сайта, основные этапы. Системы управления контентом. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах. Выбор хостинга (виртуальный хостинг, виртуальный выделенный сервер, выделенный сервер, колокация).

Тема 5. Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет

Маркетинг и реклама на электронном рынке. Роль маркетинга в построении эффективной бизнес-модели. Методика определения целевой аудитории и поиска ее в Интернет. Критерии сегментации: социально-демографические характеристики, психографические характеристики, поведенческие характеристики, географические характеристики. Взаимосвязь целевой аудитории и типа рекламной кампании, используемых рекламных инструментов. Ценовые модели размещения рекламы в Интернет - фиксированная оплата (Flat Fee Advertising), оплата по количеству показов рекламы (CPM), оплата по количеству переходов (CPC), оплата по количеству посетителей (CPV) и т.д. Медийная реклама. Медиаметрические исследования в Интернет. Методы оценки эффективности маркетинга и рекламы в Интернет. Медиапланирование и создание рекламной кампании. Выбор площадок для размещения рекламы.

Тема 6. Технологическая модель электронного предприятия

Технологическая модель: архитектура, платформа, инструменты, приложения. Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса. Коммуникационная платформа предприятия электронного бизнеса. Модели организации коммуникационной платформы.

Структура информационной платформы электронных предприятий. Модели реализации информационной платформы предприятия электронного бизнеса.

Тема 7. Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса

Правовые аспекты организации предприятий электронного бизнеса. Понятие электронного документа и электронно-цифровой подписи. Аутентификация контрагентов на основе технологии электронной цифровой подписи. Сертификационные центры. Российское законодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнесорганизаций: заключение в электронном виде договоров, оформление электронных счетов-фактур, сдача в электронном виде налоговой отчетности. Разрешение споров в электронной коммерции. Платежные системы. Основные функции платежных систем. Денежные расчеты в сети. Классификация платежей и платежных систем. Системы расчетов, работающие с реальными деньгами. Системы расчетов, использующие электронную валюту (цифровые деньги).

Тема 8. Экономические вопросы организации электронного бизнеса

Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса. Особенности инвестирования электронных предприятий. Интернетинкубаторы и венчурные фонды. Структура затрат предприятий электронного бизнеса. Доходная часть предприятий электронного бизнеса. Основные экономические показатели эффективности деятельности.

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.

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. Понятие стартапа.
6. Типы стартапа и их жизненный цикл.

Семинарское занятие № 2

Основные вопросы к теме:

1. Что такое бизнес-идея?
2. Как выбрать жизнеспособную бизнес-идею?
3. Где и как найти новую идею?
4. Как сформулировать идею?

Семинарское занятие № 3

Основные вопросы темы:

1. Почему нужна команда?
2. Кто нужен в команде?
3. Как формировать команду?
4. Как сделать так, чтобы команда работала?

Семинарское занятие № 4

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 № 5
Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов.

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

Основные вопросы темы:
Преждевременный рост – почему стартапы умирают?
Что делать? – глубокое понимание клиента
Customer Discovery.
Lean Canvas.
Проблемные и решенческие интервью.
Трекшн-карта.
Воронка бизнеса.
Этапы воронки маркетинга.
Этапы воронки продаж.
Дополнительные этапы.
Рекламные каналы.
Площадки конвертации.
Каналы коммуникации.
Статистика и показатели.
Нужен ли PR стартапу?
Какие бывают СМИ?
СМИ VS Соцсети.

Семинарское занятие № 7

Тема Основные модели ведения бизнеса в сети Интернет.

Механизм функционирования электронных торговых площадок и особенности их логистического обеспечения. Стратегии развития электронных торговых площадок. Особенности и перспективы развития электронных торговых площадок в РФ. Организация размещения государственных и муниципальных заказов на электронных торговых площадках.

Виды и функциональные характеристики технологий business-to-business, используемых для реализации товарно-нематериальных ценностей и оказания услуг корпоративным клиентам: изготовление и размещение «сетевой» рекламы и осуществление Интернет-маркетинга; Интернет–трейдинг ценными бумагами; разработка и сдача в аренду программного обеспечения на принципах ASP;

создание «виртуальных» офисов и «call-центров»; организация «виртуальных» выставок; IP-телефония; банковские операции.

Семинарское занятие № 8

Тема 11. Особенности инвестирования электронных предприятий

Виды и краткая характеристика технологий business-to-consumer, используемых для реализации товарно-материальных ценностей и оказания услуг на потребительском рынке.

Организация розничной торговли товарно-материальными ценностями в сети Интернет. Существующие схемы Интернет-торговли.

Особенности развития электронной коммерции в России: приоритетные направления развития, масштабы и география распространения. Механизм государственного регулирования электронной коммерции в России.

Основные причины, сдерживающие развитие электронной коммерции в РФ, и предложения по их устранению. Перспективы и направления развития электронной коммерции в России.

Особенности применения технологий business-to-business в отраслях отечественной промышленности: металлургическом комплексе, химической промышленности, топливно-энергетическом комплексе и др.

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.

Самостоятельная работа студентов по модулю 1

Задание: проанализировать различные способы формирования команды на предприятия

На эффективную работу команды влияют как личность руководителя и создаваемая им атмосфера в коллективе, так и личные установки каждого сотрудника.

Сегодня большинство собственников относятся к своему бизнесу как к инструменту достижения экономических целей, однако существует и иная концепция, основанная на видении бизнеса как живого организма. Организм этот имеет свою внутреннюю логику развития, обусловленную особенностями взаимодействия руководителя с командой, и эти процессы в компании (так же, как внешние условия рынка) способны повлиять на успешность дела.

При организмическом подходе на выстраивание отношений внутри команды в первую очередь влияет личность владельца бизнеса или топ-менеджера. По большому счету, организация есть невроз ее руководителя. Конечно, это не значит, что руководитель болен, просто он выносит свою тревожность, которая в той или иной степени свойственна всем первым лицам, во внешнее пространство и реализует ее в виде организационной структуры. Управленческая патология начинается в тот момент, когда реализация тревожности приобретает неадекватные с точки зрения развития бизнеса формы.

Какие неврозы встречаются у руководителей? Первый случай — *управленческий эгоцентризм,* или ситуация «большого босса». Позиция такого

управленца заключается в том, что все ключевые решения он принимает единолично и во всех областях — финансовой, рекламной, кадровой и других. Ему просто не с кем разделять ответственность, потому что его подчиненные, как ему кажется, не умеют принимать решения и в ближайшее время этому не научатся. Схема работы подобной организации проста: одинокий босс тащит на себе всю ответственность за принятие решений, а среди его подчиненных существует негласный, но очевидный запрет на самостоятельность. Если кто-либо из сотрудников все же проявит инициативу и предложит собственное решение — оно обязательно будет отправлено на доработку. К тому же «большому боссу» свойственно исчезать в самый неподходящий момент, а поскольку полномочия не делегированы, организация оказывается практически парализованной. Все эти действия приводят к двум вещам — жесткому напряжению в коллективе и глубокому одиночеству, а также к высочайшей ответственности первого лица.

Второй вариант невроза — *паранойя руководителя.* Она строится на вполне конструктивном основании — создании внешнего врага и объединении против него своей команды для того, чтобы работать эффективнее и обогнать конкурентов. Многие компании с мировыми именами пошли по этому пути и добились успехов. Если руководитель сумеет удержать свою тревожность в плоскости бизнеса, эта позиция действительно может привести к хорошим результатам. Но если не удерживает, то совершает следующий шаг — ищет неполадки внутри компании. Пример из практики: в одной организации руководитель считал, что поддержание идеальной чистоты позволит сотрудникам работать лучше, а чтобы знать, кто и где сорит, он поставил видеокамеры во всех кабинетах и местах общественного пользования. Когда параноидная идея «никому нельзя верить» развивается дальше, управленец формирует вокруг себя круг доверенных лиц, но и их он начинает опасаться. Следующий ход, который происходит в таких компаниях, — мощная служба безопасности. К примеру, у одного из крупных ритейлеров, для которого проводили маркетинговое исследование, было четыре службы безопасности. Причем они не делили между собой зоны ответственности, а работали параллельно.

Третий случай управленческой патологии — *навязчивые идеи.* Конечно, у многих возникают идеи разной степени безрассудства, и часть из них перерастает в яркие проекты именно благодаря упорному стремлению воплотить идею в жизнь. Вопрос только в том, насколько адекватны идеи руководства и какие именно нужно продавливать.

Наконец, четвертый невроз — *гиперпластичность.* Руководитель, у которого постоянно возникают новые креативные решения, приводит в ужас своих сотрудников. Сказанная фраза «сегодня мы будем дорабатывать проект» означает лишь то, что проект полностью поменяется независимо от того, хорош или плох был изначальный вариант. Процесс не всегда приводит к какому-либо результату.

Итак, неврозы руководителей сильно влияют на работу всего коллектива. Поэтому, прежде чем строить эффективную команду, первому лицу придется ответить на вопрос, какую атмосферу вокруг себя он как личность создает. После

получения ответа возможны два варианта: либо выявлять сильные стороны своей патологии и пользоваться ими, либо создавать компенсирующую структуру. В частности, при гиперпластичности руководителя ему стоило бы оставить себе только креативную функцию, а администрирование, доведение идеи до ее воплощения поручить заместителю.

Другой вопрос, на который нужно ответить перед формированием эффективной команды, какой именно тип бизнеса намерен создавать руководитель? Будет ли это так называемый реактивный бизнес, живущий благодаря присутствию и энергии владельца (так работает 80% малых и средних предприятий), или же самодостаточный бизнес, который нужно довести до состояния часового механизма, а потом продать? А может, это будет проективный бизнес, который, с одной стороны, достаточно отформатирован и не дает сбоев в отсутствии первого лица, а с другой — позволяет руководителю оценивать свою компанию со стороны?

Как правило, управленцы стремятся к третьему варианту. Но для того, чтобы перевести бизнес в эту стадию, требуется в среднем год-полтора активной работы, связанной с выстраиванием структуры, которая могла бы какое-то время существовать без руководителя, с подбором персонала, а также с формированием лояльности сотрудников. Понятно, что передоверить бизнес или какие-либо его направления можно не каждому сотруднику. Кому ни в коем случае нельзя передавать полномочия?

Есть несколько типов неэффективных сотрудников (названия даны довольно условно). Первый тип — «марсиане», осуществляющие кипучую деятельность, но не получающие результата. Они говорят по телефону, сидят в Интернете, общаются с людьми, однако эта деятельность не относится к выполнению должностных обязанностей. Один из примеров «марсиан» — родители, у которых что-то постоянно случается с детьми, и им нужно ехать в школу, забирать ребенка из детского сада и т.д.

«Прапорщики» (второй тип) выполняют только то, что им поручено. Типичный пример взаимодействия с таким сотрудником: руководитель просит его привезти новую мебель к обеду, а вечером выясняется, что мебель стоит в холле. На вопрос: «Почему не расставил по кабинетам?» — «прапорщик» обычно отвечает: «Команды не было».

К «пляжным девочкам» (третий тип) относится масса сотрудников, главная задача которых — отдыхать. Такие люди искренне уверены, что 8-часовой рабочий день не может обходиться без многочисленных перерывов, перекуров и разговоров с коллегами на отвлеченные темы.

«Психи» — четвертая группа людей — уверены, что имеют право не контролировать себя. Классическая фраза, произносимая ими, — «я сейчас так разволновалась, что не могу работать».

«Железные дровосеки» (пятый тип) похожи на «прапорщиков», но в отличие от них очень самостоятельны. Их проблема в том, что они делают только то, что хорошо умеют делать, и не способны к дальнейшему развитию.

«Понтовые бездельники» (шестой тип) — люди очень образованные,

обладающие обширными связями и пользующиеся всеобщим уважением. Главная их задача — за очень приличную зарплату тусоваться в профессиональной среде. Когда их увольняют за то, что они практически ничего не сделали в компании, то чаще всего идут на повышение.

«Интеллектуалы» (седьмой тип) образованы, выдают результат, но с ними сложно работать, потому что далеко не все их идеи вписываются в бизнес и нужны компании.

Что делать с такими сотрудниками? Попытаться встроить их в систему рабочих отношений. «Марсианам» нужно задавать систему индикаторов — конкретные показатели, которых они должны достичь за день или за неделю. Контролировать их бесполезно (в этом случае руководитель ввязывается в параноидную борьбу с собственным сотрудником), но нужно ставить перед ними «метазадачу». То же самое действует и в случае с «прапорщиком». «Интеллектуала» придется постоянно спрашивать, зачем компании будет нужен его продукт, «железного дровосека» — задолго готовить к изменениям его функций, а «понтового бездельника» — увольнять. Конечно, можно попробовать сделать так, чтобы ему понравилось создавать что-то полезное, а не подчеркивать собственную значимость, но надежда на это очень слабая.

Когда выявлены неэффективные сотрудники и принято решение о дальнейшей их судьбе, руководитель должен провести структурную оценку компании с точки зрения функций, выполняемых его подчиненными. Оставшихся придется классифицировать дальше — на специалистов, менеджеров и предпринимателей.

Ключевым качеством специалиста является то, что ему нравится создавать конечный продукт, хотя он и может руководить коллективом. Менеджер отличается даже не организационными способностями, а тем, что он комфортно чувствует себя в системе межличностных отношений и умеет управлять человеческими ресурсами, Предпринимателю не интересны продукт и люди, он воспринимает бизнес как финансовые потоки и умеет делать деньги.

Интересно, что примерно 40% сотрудников компаний обычно выпадает из этой классификации, потому что они «никто»: функциональные оболочки, выполняющие небольшой и не очень важный объем работ. На специалистов приходится 25%. Как правило, менеджеров в команде единицы, а единственным предпринимателем часто оказывается сам владелец или топ-менеджер. Но бывает и так, что руководитель является единственным менеджером, а предпринимателей в команде нет вообще. В идеале соотношение должно быть следующим: предприниматели составляют 10—15% коллектива, менеджеры — 20—30%, специалисты — 40%, остальные могут быть функциональными оболочками.

Наконец, на последнем этапе структурной оценки руководителю нужно выяснить, какие установки движут сотрудниками и обладают ли они «ключами эффективности». Первый базовый навык эффективности заключается в том, что человек ориентируется на цель. Как ни странно, такое бывает не очень часто — примерно у 15% людей. 45% сотрудников надо доучивать, остальные вообще не способны видеть цель. Обычно они ориентируются на функцию, а хуже всего —

на процесс вне зависимости от конечного результата.

Второй «ключ эффективности» — видеть условия решения задач, а не препятствия. Каждому руководителю известны случаи, когда его сотрудник обстоятельно объяснял невыполнение задания множеством причин, и таких людей очень трудно переучить, чтобы они не воспринимали трудности как не-преодолимые препятствия.

Третий «ключ эффективности» — убежденность сотрудника в том, что достижение результата зависит только от его действий, но не от внешних неблагоприятных условий. Четвертый «ключ эффективности» заключается в том, что человек сам ищет работу, а не пассивно ждет задание. Последний ключ — это способность к изменениям и развитию, поскольку, если работник эффективен сегодня, но «замер» на этом, он станет неэффективным завтра.

Сотрудники, которые обладают этими «ключами эффективности» изначально или получили их в процессе дообучения, действительно готовы принять ответственность за отдельное направление или бизнес в целом. В этот момент и должны происходить перераспределение функций, изменение организационной структуры компании и переход к проактивному бизнесу.

Самостоятельная работа студентов по модулю 2

КЕЙС. Лояльность персонала. Корпоративные мероприятия для сотрудников

В отеле за последние три года наблюдалась сильная текучесть кадров. В 2013 году она составила 13% от среднесписочного состава в 100 человек. Для того чтобы устранить эту проблему, предприниматель обратился в консалтинговое агентство, которое провело социологическое исследование удовлетворённости трудом сотрудников. Описание и результаты социологического исследования представлены в отчете:

Оценка удовлетворённости трудом в отеле «Радуга». Немонетарная мотивация. Исследование проведено консалтинговой компанией HR-эксперт, 2013 год.

1. Задачи исследования.

1. Оценить общий уровень удовлетворённости работой в отеле в целом и по каждому подразделению.
2. Определить структуру мотивации персонала.
3. Определить ожидания работников по поводу проведения корпоративных мероприятий

2. Методология и методы исследования.

- В ходе исследования использовалось анкетирование, которое проводилось анонимно. Участники оценивали тот или фактор по 10-балльной шкале.
- Анкета была разработана на основе широко известной теории личностной мотивации А. Маслоу .

• При обработке данных использовались количественный и качественный анализы.

3. *Участники исследования.*

• В исследования приняли участие все работники отеля, стаж которых превысил 3 месяца.

• Всего было собрано 97 анкет.

• Однако не все сотрудники отеля заполнили анкеты полностью. Консультанты смогли обработать данные только 60 анкет.

4. *Структура немонетарной мотивации (рисунок 1)*

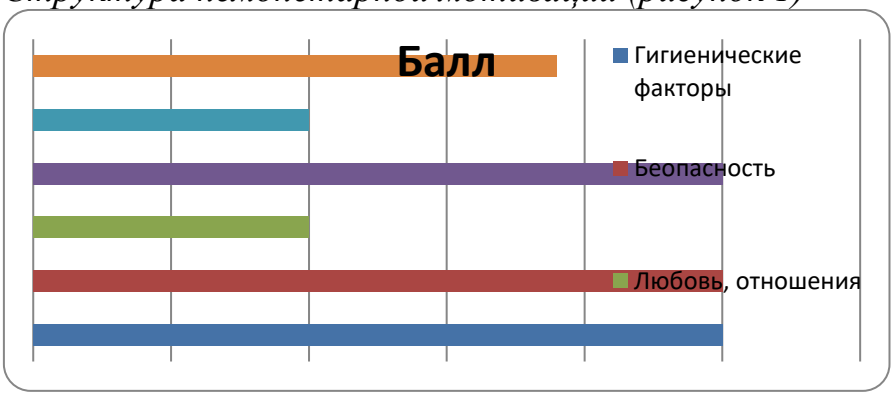


Рис. 1. Структура немонетарной мотивации

5. *Описание структуры немонетарной мотивации.*

• Общий уровень удовлетворённости трудом в отеле чуть выше среднего.

• Среди всех потребностей наиболее удовлетворены три группы: санитарно-гигиенические, потребности в безопасности и престиже.

• В наименьшей степени удовлетворены потребности в любви, привязанности и потребности в самореализации

6. *Рекомендации по повышению удовлетворённости трудом.*

1. При более детальном анализе выяснилось, что сотрудникам не хватает внутрикорпоративных контактов, чтобы лучше понимать друг друга, что и было предложено реализовать через программу корпоративных мероприятий.

2. Повысить удовлетворённость потребности в самореализации было предложено через обучение, участие в проектных работах помимо основных обязанностей, обновлении технологий и оборудования.

7. *Корпоративные мероприятия.*

При изучении ожиданий сотрудников относительно корпоративного мероприятия были заданы вопросы:

• По какому поводу стоит проводить корпоративные мероприятия для сотрудников отеля?

• Как часто проводить корпоративные мероприятия в течение календарного года?

• В какой форме вы хотели бы провести корпоративное мероприятие?

8. *Потребность в корпоративных мероприятиях (табл. 4.1).*

Средняя частота корпоративных мероприятий на протяжении года составила 2,7.

Таблица 1

Потребность в корпоративных мероприятиях

Причина корпоративного мероприятия	Доля, %
Новый год, Рождество	34
День рождения отеля	31
Высокие показатели в работе	14
23 февраля, 8 марта	9
Без повода	8
Обновление коллектива	2
Иное	2

9. *Форма проведения корпоративного мероприятия (табл. 4.2)*

Таблица 2

Форма корпоративного мероприятия

Форма корпоративного мероприятия	Доля,%
Развлечения	52
Спорт	22
Экскурсии	11
Застолье	7
Торжественная часть	4
Тренинг	3
Иное	1

По итогам исследования было предложено провести корпоративные мероприятия. Руководитель финансового отдела определил лимит ежегодного бюджета на корпоративные мероприятия в размере 100 000 р.

Используя данные проведенного социологического исследования, выберите из следующего списка те корпоративные мероприятия, которые будут интересны для сотрудников. Предложенные корпоративные мероприятия должны повысить удовлетворённость трудом в отеле, лояльность к своему работодателю сотрудников и производительность труда.

Ответ (более одного ответа):

Вариант А) Рождественская ёлка для сотрудников и их семей.

Вариант Б) Бесплатный курс английского языка для всех желающих.

Вариант В) Банкет на день рождения отеля, с приглашением любимого артиста.

Вариант Г) Корпоративный выезд на экскурсию в Казанский аквапарк

Вариант Д) Творческий вечер, подготовленный сотрудниками и посвященный дню рождения отеля.

Вариант Е) Командная велосипедная прогулка с пикником на природе (летом).

Самостоятельная работа студентов по модулю 2

КЕЙС Зарплата кондитера

В ресторане отеля работают посменно 2 кондитера. В их обязанности входит приготовление и оформление десертов, выпечка изделий из теста, изготовление тортов и пирожных. Часть продукции, приготовленной кондитерами, реализуется на заказ. Требования к вкусовым качествам и дизайну кондитерских изделий высокие. Минимальная плановая выручка от реализованной кондитерской продукции за месяц составляет 750.000 руб. Если компания на ФОТ и начисления на заработную плату кондитеров тратит менее 10% от выручки (показатель зарплатоёмкости), то формируется прибыль.

В настоящее время заработная плата кондитеров составляет 24.000 руб. к начислению, и сотрудники, которые работают в ресторане уже более 5 лет, считают, что могут претендовать на более высокую заработную плату.

Оба кондитера заявили, что если найдут вакансии с оплатой труда на 5.000 руб. выше, то могут перейти в другие компании. Служба персонала провела исследование рынка труда и получила следующие результаты:

Мониторинг рынка труда для штатной единицы ресторанного бизнеса «Кондитер».

В результате анализа опубликованных на сайте работы объявлений региона удалось найти 7 вакансий и 3 резюме. Данная информация поможет рассчитать плановый фонд оплаты труда кондитера.

Вакансия №1. Кондитер-оформитель в кондитерский цех производственного предприятия. График работы 3/3, 07.00-19.00. Заработная плата **от 25000 руб. Надбавка за разряд и стаж работы в компании.**

Вакансия №2. Кондитер в производственный цех розничной сети. Заработная плата **от 24500 до 26000 руб.**

Вакансия №3. Кондитер в производственный цех розничной сети. Заработная плата **от 21000 до 26000 руб.**

Вакансия №4. Кондитер в ресторан бизнес-отеля. График работы 2/2, 10.00-22.00. Заработная плата **от 20000 руб. Премии выплачиваются за заказные торты и банкеты.**

Вакансия №5. Кондитер в ресторан с караоке. График работы 2/2. Заработная плата **от 22000 руб.** Премия выплачивается за заказные торты.

Вакансия №6.

Кондитер в ланч-бар для приготовления десертов. График работы 5/2, 10.00-19.00. Заработная плата **от 20000 руб.** Премия выплачивается за заказные торты.

Вакансия №7. Пекарь-кондитер в ресторанную сеть для приготовления порционных и банкетных блюд. График работы 5/2, 08.00-17.00. Заработная плата **от 21000 руб.**

Резюме №1. Кондитер в ресторане отеля. Опыт работы в ресторане отеля и в производственном цеху свыше 5 лет. Образование среднее специальное «Повар-кондитер». Заработная плата **от 25000 руб.**

Резюме №2. Кондитер без опыта работы. Образование среднее специальное «Повар-кондитер». Заработная плата **от 20000 руб.**

Резюме №3. Кондитер-пекарь. Опыт работы 2 года на хлебокомбинате пекарем. Образование среднее. Заработная плата **от 20000 руб.**

Резюме №4. Повар-кондитер. Опыт приготовления десертов 2 года. Образование среднее специальное «Повар-кондитер». Заработная плата от **22000 руб.**

Используя данные рынка труда, определите, насколько велик риск ухода кондитера.

Ответ: На основе анализа рынка труда, риск ухода кондитера

А) Высокий.

Б) Средний.

В) Низкий.

Определите на сколько можно поднять зарплату кондитеру, сохранив эффективность кондитерского производства.

Ответ: уровень зарплаты кондитера можно поднять не более чем на _____ рублей.

Самостоятельная работа студентов по модулю 3
КЕЙС Бизнес-процессы: повышение эффективности службы бронирования

Консультант отеля по результатам внутренней проверки пришел к выводу, что в системе бронирования гостиницы есть проблемы. В частности значительная часть потенциальных клиентов теряется из-за проблем с оплатой по кредитным картам. Клиенты не хотят стоять очереди в банках, платить определенный процент от суммы, иногда они боятся указывать данные своей кредитной карты для снятия оплаты за бронирование номера. Всё это оказывает негативное влияние на продажи. Один из менеджеров отеля порекомендовал вариант сотрудничества с компанией «Резерв Мастер», которая предлагает быстрый и надежный способ оплаты брони. В этом легко убедиться ознакомившись с инструкцией для клиента.

Партнеры Reserve Master представлены на рисунке.



Рис.2 Партнеры Reserve Master.

Можно предположить, что после заключения договора с компанией «Резерв Мастер» количество оплаченных броней увеличится. Однако, нет данных, как это в целом повлияет на загрузку отеля? С одной стороны, после предварительной оплаты брони, снижается риск того, что клиент откажется от услуги проживания. С другой стороны, для клиентов, которые уже решили остановиться в отеле, эта услуга будет лишь дополнительным удобством, от которого отель не получит экономического эффекта, только дополнительные расходы.

По оценкам маркетологов услугами ReserveMaster будут пользоваться около 20% всех клиентов отеля.

На сколько (%) должна увеличиться выручка отеля, чтобы можно было говорить о положительном экономическом эффекте от подключения системы резервирования?

Ответ: Положительный экономический эффект от подключения системы резервирования можно наблюдать, если от этого выручка увеличится на ____ %.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная:

1. Эффективное моделирование бизнес-процессов с применением UML: стратегии и инструменты : учебное пособие / Д. В. Шлаев, А. А. Сорокин, С. В. Аникуев, Ю. В. Орел. — Ставрополь : АГРУС, 2024. — 108 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/156630.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Каратаева, О. Г. Бизнес-планирование : учебное пособие для СПО / О. Г. Каратаева, О. В. Чеха. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 68 с. — ISBN 978-5-4488-1905-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/138116.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная:

1. Дорохова, М. А. Как заработать в Интернете : практическое пособие / М. А. Дорохова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 189 с. — ISBN 978-5-394-03151-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83133.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Звягинцев, С. А. Бизнес с нуля. Как заявить о себе на рынке? : практическое пособие / С. А. Звягинцев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 125 с. — ISBN 978-5-394-04003-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99363.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Бондарчук, Н. В. Бизнес-разведка. Практикум : учебное пособие / Н. В. Бондарчук, А. А. Курашова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 138 с. — ISBN 978-5-394-04391-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/107772.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

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

https://elibrary.ru/ - Научная электронная библиотека
www.iprbookshop.ru – Электронно-библиотечная система IPR books
http://citforum.ru - Сервер Информационных Технологий «CIT Forum»

7.Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе изучения данной дисциплины используется учебная аудитория, кабинет для самостоятельной работы студентов, библиотека, 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

ОПК-2. способен учитывать конкретные условия выполняемых задач и разрабатывать инновационные решения при управлении проектами и процессами в сфере информационно-коммуникационных технологий

в части дисциплины «Электронный бизнес»

№ 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)	Уметь предпринимать обоснованные предпринимательские решения; систематизировать и обобщать информацию по отдельным вопросам электронного бизнеса	Участие в обсуждениях Реферат зачет
2	**Базовый уровень (относительно порогового уровня) (**От 71 до 85 баллов**)**	Уметь предпринимать обоснованные предпринимательские решения; систематизировать и обобщать информацию по отдельным вопросам электронного бизнеса Владеть методами анализа электронного бизнеса и методикой составления бизнес-плана с использованием современных информационных технологий	Выступление на семинаре Реферат зачет
3	**Повышенный уровень (относительно порогового уровня)** (От 86 до 100 баллов)	Уметь предпринимать обоснованные предпринимательские решения; систематизировать и обобщать информацию по отдельным вопросам электронного бизнеса Владеть методами анализа электронного бизнеса и методикой составления бизнес-плана с использованием современных информационных технологий	Частые выступления на семинаре Подготовка и выступление с докладом Реферат Презентация перед инвестором зачет

Оценка уровня сформированности компетенции
ОПК-3. способен принимать решения, осуществлять стратегическое планирование и прогнозирование в профессиональной деятельности с использованием современных методов и программного инструментария сбора, обработки и анализа данных, интеллектуального оборудования и систем искусственного интеллекта
в части дисциплины «Электронный бизнес»

№ 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 ООП ВО) (от 60 до 70 баллов)	Владеть методами управления эффективностью электронного бизнеса	Презентация перед инвестором зачет
2	**Базовый уровень (относительно порогового уровня) (**От 71 до 85 баллов**)**	Владеть методами управления эффективностью электронного бизнеса	Презентация перед инвестором зачет
3	**Повышенный уровень (относительно порогового уровня)** (От 86 до 100 баллов)	Владеть методами управления эффективностью электронного бизнеса	Презентация перед инвестором 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.

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

«Электронный бизнес»

Направление подготовки: 38.04.05 Бизнес-информатика

Профиль подготовки: Архитектура предприятия

Казань

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 Реферат
      2.1.4 Презентация перед инвестором

   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 сформированности навыков (задачи к зачету)

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Формы контроля / **Формируемые компетенции и их индикаторы**	**ОПК-2**		**ОПК-3**
	ОПК-2.1	**ОПК-2.2**	**ОПК-3.2**
Формы текущего контроля			
выступление на семинаре	У-2		
подготовка и выступление с докладом	У-2		
реферат	У-2		
презентация интернет-проекта перед инвестором	У-2	В-4	В-5
Формы промежуточного контроля			
зачет	У-2	В-4	В-5

З- знания, У- умения, В-владения

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 формы 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).

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 Реферат

Примерная тематика:

1. Электронная коммерция.
2. Управление информационным содержанием (контентом) Интернет-ресурсов.
3. Разработка Интернет-приложений для электронного бизнеса.

4. Управление электронным предприятием.
5. Анализ поведения потребителя в коммерческих информационных сетях.
6. Электронный бизнес, ориентированный на бизнес-партнера.
7. Платежные системы в Интернет.
8. Информационный маркетинг (Маркетинг информационных продуктов и услуг).
9. Статистические системы в интернет.
10. Интернет-рекрутинг.
11. Социальные сети и коммуникативные сервисы.
12. Банковское дело и организация финансово-кредитных операций в Интернет.
13. Место Интернет в системе информационной экономики.
14. Интернет-трейдинг на рынке ценных бумаг.
15. Интернет-трейдинг на валютном рынке.
16. Правовое регулирование Интернет-предпринимательства.
17. Защита интеллектуальной собственности в Интернет-экономике.
18. Развитие электронной торговли.
19. Электронные деньги и их формы.
20. Организация документооборота с использованием информационных технологий.
21. Сущность Интернет-товара.
22. Диверсификация структуры экономики России на основе внедрения Интернет-технологий.
23. Роль транснациональных корпораций в Интернет-экономике.
24. Интернет как инструмент осуществления финансовых инвестиций.
25. Становление инновационной системы и Интернет-предпринимательство.
26. Функционирование сетевых структур в Интернет-экономике.
27. Развитие конкурентных отношений в информационной среде.
28. Сетевой маркетинг.
29. Информационный шпионаж и информационная безопасность.
30. Компьютерная грамотность населения как фактор развития Интернет-предпринимательства.

Методические указания к написанию реферата

Реферат – самостоятельное научное исследование студента на заданную тему. Она выполняется с целью углубленного изучения материала, с одновременным развитием навыков самостоятельной научно-исследовательской работы.

Реферат должна содержать введение, две главы, заключение, список используемой литературы и приложения.

План (содержание) желательно согласовывать с руководителем до начала написания работы.

Во введении (2 стр.) необходимо обосновать актуальность темы, ее практическую значимость; поставить цель и задачи исследования; определить объект и предмет исследования.

В первой главе излагаются теоретические и методические аспекты исследования. Студенту необходимо ознакомиться с имеющей литературой и выразить собственное мнение по исследуемой проблеме. В конце необходимы выводы по всей главе.

Во второй главе содержится анализ конкретного практического материала. Здесь возможен анализ конкретной ситуации, изложенной в научной статье или анализ документов конкретного предприятия и т.д. В результате проведенного анализа студент делает обобщение выводы как по 2-й главе, так и по всей работе.

В заключении (2-3 стр.) студент определяет эффективность решения поставленных во введении задач и характеризует наиболее интересные источники, используемые им при написании реферата.

В приложениях приводятся различные иллюстративные материалы, дополняющие 1 и 2 главы. Приложения не входят в общий объем работы.

Научный аппарат.

1) Список литературы должен содержать литературу, изданную не позднее 2011 года, а лучше – последних двух-трех лет. Сюда должны войти разнообразные источники: законодательные материалы, учебники, энциклопедии, словари, справочники, монографии, статьи из научных журналов, материалы сайтов (всего – не менее 20 названий). Обратите внимание на правильное оформление списка и выходных данных различных источников.

2) На все указанные в списке литературы источники должны быть обязательно сделаны ссылки в квадратных скобках с указанием порядкового номера источника и страницы. Особенно необходимы ссылки на цифровой и иллюстративный материал, разработанный не Вами.

3) В тексте работы необходим иллюстрированный материал (часть можно дать в приложениях) в виде таблиц, рисунков, графиков, схем, взятых как из литературы, так и разработанных самими студентами. Последнее – особенно ценно, т.к. показывает их аналитические способности.

4) Оформление. Работа оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа №6.39-72, выполняется на бумаге А4, шрифт (Times New Roman) – 14, междустрочный интервал – полуторный, границы полей: верхнее и нижнее – 20 мм., правое – 10 мм., левое – 30 мм.

Оптимальный объем реферата – 30-35 страниц.

Критерии оценки уровня усвоения знаний, умений и навыков по результатам написания реферата

Характеристика ответа	Баллы
Тема раскрыта полностью. Демонстрирует глубокие знания теоретической части. Умеет применять полученные знания при практическом анализе конкретного предприятия. В результате проведенного анализа предложены обоснованные и всесторонние практические рекомендации по улучшению деятельности предприятия в рамках своей темы. При защите работы даны развернутые ответы на поставленные вопросы. Реферат полностью оформлена в соответствии с требованиями.	**100-96**
Тема раскрыта полностью. Демонстрирует глубокие знания теоретической и практической частей реферата. Умеет тесно увязывать теорию с практикой. Свободно владеет необходимыми инструментами маркетинга при объяснении практической части реферата. Предложены обоснованные и всесторонние практические рекомендации по улучшению деятельности предприятия в рамках своей темы. Реферат полностью оформлена в соответствии с требованиям.	**95-91**
Тема раскрыта полностью. Демонстрирует глубокие знания теоретической и практической частей реферата. Умеет тесно увязывать теорию с практикой. Свободно владеет необходимыми инструментами маркетинга при объяснении практической части реферата. Предложены обоснованные и всесторонние рекомендации по улучшению деятельности предприятия в рамках своей темы. В ответах на вопросы допущены недочеты, исправленные студентом с помощью наводящих вопросов преподавателя. Реферат полностью оформлена в соответствии с требованиям.	**90-86**
Тема раскрыта. Демонстрирует знания теоретической и практической частей реферата. Правильно применяет и использует инструменты маркетинга, могут быть допущены отдельные неточности или незначительные ошибки в анализе деятельности предприятия. Предложены практические рекомендации по улучшению деятельности предприятия в рамках своей темы Реферат оформлена в соответствии с требованиям.	**85-81**
Тема раскрыта. Демонстрирует достаточные теоретические и практические знания. Могут быть допущены отдельные неточности или незначительные ошибки в анализе деятельности предприятия. Предложены рекомендации по улучшению деятельности предприятия в рамках своей темы. Ответы на дополнительные вопросы логичны, изложены в терминах науки, однако в них допущены неточности. Реферат оформлена в соответствии с требованиям.	**80-76**
Тема раскрыта. Демонстрирует достаточные теоретические и практические знания. Работа выполнена без существенных ошибок. Ответы на дополнительные вопросы логичны, изложены в терминах науки. Однако в них допущены ошибки. В работе встречаются отдельные незначительные ошибки.	**75-71**
Тема раскрыта не в полном объеме. Демонстрирует определенные знания, но не усвоил детали, допускает неточности, нет логической последовательности, ошибки в реферате. Допущены неточности в	**70-66**

оформлении реферата	
Тема раскрыта не в полном объеме. Даны неполные ответы на вопросы по реферате. Встречаются ошибки по тексту. Допущены значительные неточности в оформлении реферата	**65-61**
Тема раскрыта плохо. Отсутствует практическая часть. Даны неполные ответы на вопросы по реферате. Присутствует нелогичность изложения. Речь неграмотна. При ответе на дополнительные вопросы студент начинает понимать связь между знаниями только после подсказки преподавателя. Оформление реферата не соответствует требованиям.	**60**
Тема не раскрыта. Студент не знает значительную часть теоретического и практического материала, допускает существенные ошибки в работе или ответах на вопросы. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента. Оформление реферата не соответствует требованиям.	**Менее 60**

2.1.4 Презентация интернет-проекта перед инвестором

Требования к итоговому проекту:
- Формат проведения: защита проекта.
- Выбор компании: идеи для интернет-компании выбираются студентами в малых группах самостоятельно в начале курса и не могут повторяться. Необходима консультация с преподавателем для утверждения проекта.
- Работа (полный текст проекта) должна быть оформлена согласно правилам оформления письменных работ, иметь титульный лист.
- Презентация по проекту присылается за день до защиты и представляется в формате Power Point, Keynote или аналогичном. Максимальный объем презентации составляет 12-15 слайдов (20 минут).

Критерии оценивания

Результат	Баллы
Способен представить развернутую презентацию. Демонстрирует полное понимание поставленных вопросов, логично и последовательно отвечает на них.	90-100
Способен представить развернутую презентацию, но не может полностью ответить на вопросы.	80-89
Способен представить презентацию с незначительными ошибками, но может полностью ответить на вопросы.	70-79
Способен представить презентацию с грубыми ошибками, но не может полностью ответить на вопросы.	60-69
Демонстрирует непонимание вопросов, представляет презентацию с наличием грубых ошибок в ответе и не отвечает на вопросы.	Менее 60

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 электронного бизнеса.
2. Интернет как среда ведения предпринимательской деятельности.
3. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции.
4. Факторы, влияющие на развитие технологий электронного бизнеса: общеэкономические, правовые, инфраструктурные, управленческие.
5. Преимущества использования электронной коммерции.
6. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции.
7. Особенности архитектуры электронного предприятия. Организационные принципы электронного предприятия.
8. Деформации модели архитектуры предприятия Захмана при ее применении к моделированию электронного предприятия.
9. Описание Бизнес-архитектуры предприятия в таблице Захмана.
10. Содержание описания ИТ-архитектуры (документы; правила бизнеса; база данных).
11. Планирование электронного бизнеса.
12. Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса.
13. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент». Бизнес-модели и направления электронного бизнеса: целевая установка, критерии успеха, целевая аудитория, требования и приоритеты, партнерства, финансы.
14. Контент-модель: определения, источники данных, иерархия, презентация, позиционирование, ведение.
15. Менеджмент-модель: процессы (отбор, разработка, импорт, хранение, измерения, поддержка), предпринимательские принципы, директивы, роли, степени ответственности.
16.
17. Тенденции развития программной, аппаратной и организационной инфраструктуры электронных предприятий.
18. Классификации бизнес-моделей электронной коммерции.
19. Классификация Раппы: бизнес-модели в интернете (посредническая модель; рекламная модель; модель инфопосредника; модель продавца; модель производителя / модель прямого доступа; партнерская модель; модель сообщества, модель подписки; практичная модель).
20. Классификация Эпплгейт: новые модели для менеджеров (специализированные дистрибьюторские модели; модели портала; модели поставщика; модели поставщиков инфраструктуры).

21. Классификация Уэйла и Витейла: атомарные бизнес-модели (контентпровайдер; непосредственная работа с клиентом; поставщик набора услуг; посредник; общая инфраструктура; интегратор ценностной сети; виртуальное сообщество; целое предприятие).
22. Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам (матрица B2C2G).
23. Классификация бизнес-моделей по степени интеграции в электронный бизнес: модель интранета (модель B0); модель визитной карточки (модель B1); модель электронного заказа (модель B2); модель полной автоматизации (модель B3); модель аутсорсинга (модель B4).
24. Торгово-закупочные B2B системы. Системы управления закупками (eprocurement).
25. Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM – системы).
24. Системы управления продажами (e-distribution).
26. Системы полного цикла сопровождения потребителей (eCRM-системы).
26. Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи.
27. Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (e-market).
28. Корпоративный портал. Сайт-визитка, презентационный сайт. Интернетвитрина. Интернет-магазин. Внешний коммуникативный канал.
29. Типовой вариант сайта Интернет-магазина. Торговые ряды. Комплексы программных средств для реализации Интернет-проекта.
30. Разработка проекта сайта, основные этапы. Системы управления контентом.
31. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах.
32. Выбор хостинга (виртуальный хостинг, виртуальный выделенный сервер, выделенный сервер, колокация). 34. Маркетинг и реклама на электронном рынке. Роль маркетинга в построении эффективной бизнес-модели.

2.2.2 Фонд оценочных средств для проверки навыков

Примеры задач на зачете

Пример 1.

Заполните приведенную таблицу, объясните по средством чего компания создает и удерживает ценность.
Ответ аргументируйте

Ключевые партнеры	Хозяйственные операции	Ценностное предложение
	Имущество, активы, обязательства	
Конкуренты	Финансовые операции	Каналы сбыта
Структура затрат		Потоки доходов

Примеры типовых заданий

Вариант 1. Разработка бизнес-модели электронного предприятия

Вариант 2. Маркетинговые исследования в интернет

Вариант 3. Оценка эффективности Интернет-рекламы

Вариант 4. Формирование телекоммуникационной платформы электронного предприятия на основе хостинга

Вариант 5. Технологии построения информационной платформы электронного предприятия

Вариант 6. Проектирование предприятия электронного бизнеса

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 на вопрос 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	**A**	**95-91**	**зачте**	

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.			**но**	
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**	**зачте но**	
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные 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**	**зачте но**	**Базовый уровень сформированности компетенций**
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**	**зачте но**	
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**	**зачте но**	
Дан недостаточно полный и развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении	**D**	**70-66**	**зачте но**	**Порог овый**

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.				
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 сформиров**