


ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

Утверждено:  
на заседании кафедры  
протокол № 5 от «19» января 2022 г.

Согласовано:  
Председатель УМК Института

Зав. кафедрой  / Е.И. Янгирова

 / Л.Р. Абзалилова

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Интернет-предпринимательство**  
часть, формируемая участниками образовательных отношений

программа бакалавриата

Направление подготовки (специальность):  
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки:  
«Диджитал-маркетинг»

Квалификация:  
бакалавр

Разработчик (составитель):  
доцент кафедры, к.э.н., доцент

  
\_\_\_\_\_

/ Мусин У.Р.

Для приема: 2022 года

Уфа 2022 г.

Составитель: Мусин У.Р., к.э.н., доцент, доцент кафедры управления проектами и маркетинга

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления проектами и маркетинга, протокол № 5 от 19 января 2022 г.

Заведующий кафедрой Янгирова / Янгирова Е.И.

Рабочая программа дисциплины актуализирована на заседании кафедры проектного менеджмента и бизнес-администрирования, протокол № 11 от 27 мая 2022 г.

И.о. заведующего кафедрой Янгирова / Янгирова Е.И.

## Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	4
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	5
4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.	5
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.	7
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	19
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	19
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы	20
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	21
Приложение № 1	24

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен достичь следующих результатов обучения:

Категория (группа) компетенций (при наличии ОПК)	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
-	ПК-4 Способен владеть навыками работы со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговым и инструментами и инструментами прогнозирования	ИПК-4.4 Выбирает и использует методы, способы, инструментарий создания, развития и продвижения организации в сфере интернета.	<p>Знает виды технологического предпринимательства и интернет-бизнеса; этапы создания организаций технологического предпринимательства и интернет-бизнеса; специфику потребительского поведения и маркетинговых аспектов интернет-предпринимательства.</p> <p>Умеет использовать методы, приемы, инструментарий создания интернет-компаний; выявлять внешние и внутренние ограничения для роста интернет-бизнеса; определять целевую аудиторию проекта и выделять сегменты целевой аудитории; разрабатывать план проведения рекламной кампании с использованием интернет-технологий.</p> <p>Владеет навыками определения ценностного предложения для продукта; принципами поиска и изучения клиентов; методами планирования и оценки результатов интернет-предпринимательства и принятия решений в управлении операционной деятельностью организации на их основе.</p>

## 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интернет-предпринимательство» относится к части, формируемая участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре очной формы обучения.

Цель изучения дисциплины: формирование компетенций в области управления для создания и развития бизнеса в интернет среде, механизмов интернет-продвижения организации, а также формирования конкурентоспособного продукта для потребителя.

## 3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

#### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

ОПК-6 Способен обосновать количественные и качественные требования к производственным ресурсам, необходимым для решения поставленных профессиональных задач, оценивать рациональность их использования

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
ИПК-4.4 Выбирает и использует методы, способы, инструментарий создания, развития и продвижения организации в сфере интернета.	Знает виды технологического предпринимательства и интернет-бизнеса; этапы создания организаций технологического предпринимательства и интернет-бизнеса; специфику потребительского поведения и маркетинговых аспектов интернет-предпринимательства.	Отсутствие или фрагментарные представления о видах технологического предпринимательства и интернет-бизнеса; этапах создания организаций технологического предпринимательства и интернет-бизнеса; специфики потребительского поведения и маркетинговых аспектов интернет-предпринимательства.	Сформированные представления о видах технологического предпринимательства и интернет-бизнеса; этапах создания организаций технологического предпринимательства и интернет-бизнеса; специфики потребительского поведения и маркетинговых аспектов интернет-предпринимательства.
	Умеет использовать методы, приемы, инструментарий создания интернет-компаний; выявлять внешние и внутренние ограничения для роста интернет-бизнеса; определять целевую аудиторию проекта и выделять сегменты целевой аудитории; разрабатывать план проведения рекламной кампании с использованием интернет-технологий.	Отсутствие или фрагментарные умения использовать методы, приемы, инструментарий создания интернет-компаний; выявлять внешние и внутренние ограничения для роста интернет-бизнеса; определять целевую аудиторию проекта и выделять сегменты целевой аудитории; разрабатывать план проведения рекламной кампании с использованием интернет-технологий.	В целом успешное умение использовать методы, приемы, инструментарий создания интернет-компаний; выявлять внешние и внутренние ограничения для роста интернет-бизнеса; определять целевую аудиторию проекта и выделять сегменты целевой аудитории; разрабатывать план проведения рекламной кампании с использованием интернет-технологий.
	Владеет навыками определения ценностного предложения для продукта; принципами поиска и изучения клиентов; методами планирования и оценки результатов интернет-предпринимательства	Отсутствие или фрагментарные владение навыками определения ценностного предложения для продукта; принципами поиска и изучения клиентов; методами планирования и оценки результатов	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков определения ценностного предложения для продукта; принципами поиска и изучения клиентов; методами планирования и оценки

	и принятия решений в управлении операционной деятельностью организации на их основе.	интернет-предпринимательства и принятия решений в управлении операционной деятельностью организации на их основе.	результатов интернет-предпринимательства и принятия решений в управлении операционной деятельностью организации на их основе.
--	--	---	---

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.**

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ИПК-4.4 Выбирает и использует методы, способы, инструментарий создания, развития и продвижения организации в сфере интернета.	Знает виды технологического предпринимательства и интернет-бизнеса; этапы создания организаций технологического предпринимательства и интернет-бизнеса; специфику потребительского поведения и маркетинговых аспектов интернет-предпринимательства.	Устный опрос (вопросы для самоконтроля), тест, доклад
	Умеет использовать методы, приемы, инструментарий создания интернет-компании; выявлять внешние и внутренние ограничения для роста интернет-бизнеса; определять целевую аудиторию проекта и выделять сегменты целевой аудитории; разрабатывать план проведения рекламной кампании с использованием интернет-технологий.	Устный опрос (вопросы для самоконтроля), доклад, практические задания
	Владеет навыками определения ценностного предложения для продукта; принципами поиска и изучения клиентов; методами планирования и оценки результатов интернет-предпринимательства и принятия решений в управлении операционной деятельностью организации на их основе.	Устный опрос (вопросы для самоконтроля), практические задания, кейс-задание

Критериями оценивания при *модульно-рейтинговой системе* являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (*для зачета*: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

*для зачета*:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),  
не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов.

## Рейтинг-план дисциплины

Б1.В.09 Интернет-предпринимательство  
38.03.02 Менеджмент, профиль «Диджитал-маркетинг»  
курс 3, семестр 6

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
<b>Модуль 1 Теоретические аспекты интернет-предпринимательства</b>				
<b>Текущий контроль</b>				<b>30</b>
1. Устный опрос	2	5	0	10
2. Практическое задание	2	5	0	10
3. Доклад	5	2	0	10
<b>Рубежный контроль</b>				<b>10</b>
1. Тестирование	10	1	0	10
<b>Модуль 2 Технологическое предпринимательство. Стартап</b>				
<b>Текущий контроль</b>				<b>40</b>
1. Устный опрос	2	5	0	10
2. Практическое задание	2	10	0	20
3. Доклад	5	2	0	10
<b>Рубежный контроль</b>				<b>20</b>
1. Кейс-задание	20	1	0	20
<b>ПОСЕЩАЕМОСТЬ (БАЛЛЫ ВЫЧИТАЮТСЯ ИЗ ОБЩЕЙ СУММЫ НАБРАННЫХ БАЛЛОВ)</b>				
1. Посещение лекционных занятий			0	- 6
2. Посещение практических занятий			0	- 10
<b>Поощрительные баллы</b>				
1. Публикация статей	5	1	0	5
2. Участие в олимпиадах	5	1	0	5
<b>Итоговый контроль: зачет ИТОГО</b>				<b>110</b>



Перечень вопросов для контроля:

1. Интернет-предпринимательство: сущность и ключевые особенности
2. Идея: источники идей для стартапа
3. Особенности и основные черты предпринимательства.
4. Организационно–правовые и организационно–экономические формы предпринимательства.
5. Виды предпринимательства и их особенности.
6. Внешняя предпринимательская среда и ее анализ.
7. Сущность, цели, задачи и основные принципы государственного регулирования предпринимательства. Методы государственного регулирования предпринимательства.
8. Экономическая политика регулирования предпринимательства: структура и особенности входящих в нее элементов. Функции государственного регулирования предпринимательства.
9. Основные формы взаимодействия предпринимательских структур и государственных органов власти.
10. Инструментарий проверки идей для стартапа
11. Команда стартапа: требования к компетенциям, знаниям, навыкам
12. Особенности управления командой стартапа
13. Особенности мотивации команды стартапа
14. Бизнес-модель предприятия
15. Основные методы анализа рынка
16. Оценка потенциала и емкости рынка
17. Методы анализа конкурентов
18. Оценка и выявление целевой аудитории проекта
19. Цикл принятия новых продуктов
20. Метрики стартапа и экономика продукта
21. Финансовая оценка стартапа
22. Модели монетизации ценности
23. Требования к проведению тестирования каналов сбыта
24. Подготовка проектов к масштабированию
25. Маркетинговые коммуникации и PR стартапа
26. Основные источники привлечения инвестиций
27. Венчурное инвестирование. Требования фондов

Описание методики оценивания:

Критерии оценки (в баллах) для очной формы обучения

Критерии оценивания	Количество баллов
Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины	2
Достаточно верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; допущены ошибки или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя.	1
Вопрос не раскрыт	0

## Примеры практических заданий

### Задание 1.

Выделите три сегмента потребителей для своего продукта;

- в каждом из сегментов составьте портрет потребителя;
- по каждому портрету: проверьте характеристики портрета; что является источником потребности в продукте? сформулируйте возможные решения.
- при работе над каждым из портретов нужно провести не менее трех потребительских интервью.

### Задание 2.

Сформулируйте, чем полезен ваш продукт для потребителя: какие боли он снимает / какую выгоду он приносит / какую работу пользователя выполняет.

- Сформулируйте ценностное предложение своего проекта.
- Протестируйте его на 5 представителях целевой аудитории.
- Представьте доработанное ценностное предложение

### Задание 3.

Необходимо создать контент-план на неделю (с 8 апреля по 14 апреля 2023 г.) для медиа-работы по выбранным социальным сетям (на ваше усмотрение можно выбрать любые три сети), включающий в себя:

- рубрикатор;
- даты и дни недели публикаций;
- время публикаций;
- хэштеги основные;
- хэштеги поддерживающие;
- контекст (краткий текст и/или фото, видео).

### Задание 4.

Анализ сайтов конкурентов. Проведите анализ 3-5 веб-сайтов, например – ресурсов, работающих в той же тематике, что и веб-сайт (при его наличии) вашего существующего предприятия, либо нескольких произвольных коммерческих сайтов на ваш выбор, укажите основные плюсы и минусы по параметрам дизайна, удобства навигации и юзабилити в целом, представления текстовой и графической информации и другим критериям (не менее 10 критериев сравнения). Представьте результаты проведения анализа в виде таблицы. Результат выполнения задания: составленная таблица по итогам анализа сайтов конкурентов по различным критериям (дизайн, полнота информации, наличие цен на сайте и т.п.), которые выберет сам студент.

Сайт конкурента	Брендинг, логотип	Контакты	Калькулятор	Акции	Отзывы

### Задание 5.

Проведите анализ 7-10 веб-сайтов, например – ресурсов, работающих в той же тематике, что и веб-сайт (при его наличии) вашего существующего или создаваемого предприятия, либо нескольких произвольных коммерческих сайтов на ваш выбор: укажите основные плюсы и минусы по параметрам дизайна, удобства навигации и юзабилити в целом, представления текстовой и графической информации и другим критериям (не менее 10 критериев

сравнения). Представьте результаты проведения анализа в виде таблицы. Результат выполнения задания: Составленная таблица по итогам анализа сайтов конкурентов по различным критериям (дизайн, полнота информации, наличие цен на сайте и т.п.), которые выберет сам студент.

Задание 6.

Оценить экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности в Республике Башкортостан, г. Уфа.

Задание 7.

Существует основные виды бизнес-моделей: брокерская, подписная, торговая, рекламная, производственная, инфопосредническая, партнерская, потребительская и сообщества. Разработайте бизнес модель для каждого вида.

Задание 8.

Разработать бизнес-план в сфере интернет-предпринимательства для привлечения инвестиций.

Задание 10.

Сеть партнёрских программ:

- Зарегистрироваться в ActionPay
- Выбрать 3 оффера, которые интересны вам для продвижения – написать в каких каналах разрешено их продвижение, какой процент подтверждения конверсий и холд по выплате вознаграждения
- Запустить рекламную кампанию по одному из офферов и привлечь 100 первых посетителей
- Получить первую успешную конверсию по офферу
- Написать 20 предложений, как можно увеличить эффективность продвижения партнерских программ.

Описание методики оценивания:

Критерии оценки (в баллах)

Критерии оценивания	Количество баллов
Студентом задание выполнено самостоятельно. При этом составлен правильный алгоритм выполнения задания, в логических рассуждениях и решении нет ошибок, получен верный ответ, задание выполнено рациональным способом.	2
Студентом задание выполнено с подсказкой преподавателя. При этом составлен правильный алгоритм выполнения задания, в логическом рассуждении и выполнении нет существенных ошибок; есть объяснение решения, допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.	1
Студентом задание не выполнено.	0

Примерная тематика докладов

1. Интернет-предпринимательство в гостиничном бизнесе: законодательная база, технология, перспективы
2. Государственное и правовое регулирование интернет предпринимательства в РФ
3. Этика и культура интернет предпринимательства
4. Риски в интернет предпринимательстве
5. Развитие интернет предпринимательства как основа конкурентной среды

6. Интеллектуальная собственность как объект инновационного интернет предпринимательства
7. Порядок создания и регистрация инновационного предприятия
8. Организационные формы инновационного интернет предпринимательства
9. Механизм конкуренции инновационного интернет предпринимательства
10. Документооборот и документальные системы в интернет предпринимательстве
11. Автоматизированные информационные системы в интернет предпринимательстве
12. Интеллектуальные информационные системы в интернет предпринимательстве
13. Системы поддержки принятия решений и оценочные системы в интернет предпринимательстве
14. Механизмы регулирования интернет предпринимательством
15. Человеческие ресурсы в интернет предпринимательстве
16. Типология интернет предпринимательства
17. Реинжиниринг инновационного интернет предпринимательства
18. Механизмы, способствующие развитию интернет предпринимательства
19. Web-технологии в продвижении услуг
20. Организация туризма с использованием информационных технологий
21. Современный бизнес и интернет
22. Интернет реклама в бизнесе: перспективные направления
23. Продвижение бизнеса с использованием SEO
24. Эффективность использования мобильных приложений в бизнесе

Требования к оформлению работы: доклад формируется в виде презентации, объем 8-10 слайдов, структура: титульный лист по стандарту, цель, задачи, объект и предмет, основное содержание, выводы по докладу (заключение), список использованных источников не менее 5 источников.

Описание методики оценивания:

Критерии оценки (в баллах)

Критерии оценивания	Количество баллов
Полное верное раскрытие темы доклада, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины	5
Полное верное раскрытие темы доклада, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания доклада	4
Достаточно верное раскрытие темы доклада, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; допущены ошибки или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках по докладу, легко исправленные по замечанию преподавателя.	3
Неполно или непоследовательно раскрыто содержание доклада, но показано общее понимание доклада и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала, определенного учебной программой дисциплины.	1-2
Доклад не подготовлен	0

## Тестовые задания

Примерное задание для тестового контроля уровня усвоения учебного материала

1. Бизнес-процессы на предприятии характеризуются:
  - a) четко определенными во времени началом и концом
  - b) внешними интерфейсами
  - c) затратами труда
  - d) затратами времени
  - e) затратами материалов
  
2. Владелец процесса – это структурное подразделение, которое:
  - a) контролирует исполнение операций процесса
  - b) исполняет операции процесса
  - c) исполняет и координирует исполнение операций процесса
  
3. В состав проектной группы (команды) входят:
  - a) консультанты
  - b) работники предприятия
  - c) работники предприятия и консультанты
  
4. Выберите две ступени расчета стоимости бизнес-процесса, соответствующие методу стоимостного анализа процессов (ABC-методу):
  - a) все затраты центров ответственности распределяются по функциям БП
  - b) все затраты центров ответственности распределяются по видам стоимостных объектов
  - c) стоимость соответствующих функций переносится на стоимостные объекты
  - d) все затраты распределяются по функциям БП, а накладные расходы относятся на стоимостные объекты пропорционально объему выпуска продукции
  
5. Выделение бизнес-процессов предполагает проведение:
  - a) экспертного многокритериального оценивания
  - b) детального стоимостного анализа
  - c) имитационного моделирования
  
6. Границы бизнес-процесса определяются:
  - a) сменой структурного подразделения, выполняющего операцию
  - b) сменой на выходе операции управляемого объекта преобразований
  - c) выполнением требований клиента процесса
  
7. Если выходной объект одного функционального блока является входным для различных функциональных блоков, то есть в процессе выполнения разбивается на несколько параллельных объектов, то он разветвляет свой путь по принципу:
  - a) классификация
  - b) дезагрегация
  
8. Если выходные объекты, поступающие из различных функциональных блоков, имеют одинаковое название и сущность и являются входом для одного функционального блока, то они объединяют свои пути по принципу:
  - a) агрегации
  - b) обобщения

9. Если представить бизнес-процесс как совокупность взаимосвязанных функций, то между функциями бизнес-процесса протекают:

- a) информационные, материальные и финансовые потоки
- b) финансовые и информационные потоки
- c) финансовые и материальные потоки

10. Реинжиниринг бизнес-процессов – это ...

- a) создание новых и более эффективных бизнес-процессов без учета предшествующего развития
- b) создание новых и более эффективных бизнес-процессов с обязательным учетом предшествующего развития

11. При обследовании предприятия целесообразно применять следующие методы:

- a) анкетирование
- b) системный анализ
- c) системный синтез
- d) анализ моделей деятельности предприятия
- e) сбор документов
- f) личное участие
- g) интервьюирование

12. Информационный рынок-это

- a) Система экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуального труда на коммерческой основе.
- b) Совокупность взаимосвязанных элементов, подчиненных единой цели.
- c) Комплекс методов и средств по размещению и организации информации.
- d) биржа интеллектуальных продуктов

13. Особенностью четвертой промышленной революции является:

- a) ориентация на человека
- b) движение к дегуманизации
- c) искусственный интеллект и умные взаимосвязанные машины
- г) вытеснение из производства фактора труда.

14. Глобальный характер четвертой промышленной революции связан:

- a) с охватом всех стран и народов;
- b) со стиранием временных и пространственных границ в движении капитала;
- c) с развитием сетевой информационной экономики
- d) с уменьшением индивидуализации потребностей человека

15. При переходе к цифровой экономике:

- a) растет производительность капитала и труда
- b) труд вытесняется цифровым капиталом и искусственным интеллектом
- c) расширяется рынок капитала и сужается рынок труда

16. В результате цифровой трансформации прибыль компаний:

- a) стремительно растет
- b) стремительно падает
- c) остается неизменной в долгосрочном плане.

17. Понятие сетевой экономики подразумевает:

- a) Ведущую роль коммуникаций, в том числе экономических и социальных

- b) Преимущественное значение телекоммуникационных сетей в развитии экономики
- c) Хозяйственную деятельность, осуществляемую с помощью электронных сетей

18. Понятие информационной индустрии включает:

- a) Производство компьютеров
- b) Разработку программного обеспечения
- c) Генерацию и распространение баз данных
- d) Все вышеперечисленные варианты

19. Для какого вида информации наиболее высокие требования к оперативности.

- a) Научно-техническая информация
- b) Маркетинговые исследования
- c) Данные о котировках на бирже

20. В чём заключается главное отличие рекламы от PR?

- a) Реклама реализуется через СМИ
- b) Реклама в отличие от PR преследует цель: привлечение внимания потенциального потребителя услуг.
- в) Реклама носит односторонний характер.

21. Особенностью российской электронной торговли является:

- a) недостаточное количество компьютеров, подключенных к Интернет,
- б) недоверие покупателей к продажам через Интернет,
- в) низкое качество предлагаемой продукции.

22. Показателем того, что пользователь заинтересовался сайтом является следующее:

- a) пользователь загрузил ресурс, рекламируемый баннером на главной странице,
- б) пользователь посетил не только главную страницу, но и некоторые другие,
- в) несколько пользователей с одного IP-адреса посетили сайт.

23. Каким образом в поисковых системах строятся каталоги?

- a) программами-роботами,
- б) людьми,
- в) в диалоговом режиме,
- г) автоматически.

24. Маркетинг-микс - это...

- a) период быстрого роста объёма продаж, если товар принят рынком и спрос на него растёт.
- б) анализ, оценка и прогнозирование состояния и развития рынков, на которых оперирует или будет оперировать фирма, включая исследование деятельности конкурентов.
- в) участие в формировании стратегии и тактики рыночного поведения фирмы, включая разработку ценовой политики.
- г) комбинированное и координированное использование различных инструментов маркетинга.

25. Изучение товаров в розничном магазине для того, чтобы потом купить его по более дешевой цене в интернет-магазина - это...

- a) ценовой мониторинг.
- б) шоуруминг.
- в) прайсинг.

26. Товар по замыслу...

- а) отвечает на вопрос, что в действительности приобретает покупатель.
- б) обладает характеристиками: внешнее оформление, марочное название, упаковка.
- в) это дополнительные услуги и выгоды.
- г) обладает характеристиками: качество, физические параметры, свойства.

27. Укажите наиболее точное определение понятия маркетинг.

- а) Организация сбыта продукции, основанная на рекламной кампании.
- б) Организация производства и сбыта продукции, основанная на изучении потребности рынка в товарах и услугах.
- в) Концепция реализации товаров и услуг, основанная на создании сети независимых дистрибьюторов (сбытовых агентов), каждый из которых, помимо сбыта продукции, также обладает правом на привлечение партнёров, имеющих аналогичные права.

28. Компания планирует продвижение в сети Интернет и в настоящий момент находится в поиске подрядчика на разработку сайта. Какой инструмент позволит сэкономить деньги и время, с учётом планов продвижения разрабатываемого сайта?

- а) Оптимизация сайта на этапе разработки.
- б) Оптимизация конверсий на этапе разработки.
- в) Настройка контекстной рекламы на этапе разработки сайта.

29. Что такое товары предварительного выбора?

а) Потребительские товары с уникальными характеристиками или марками, ради которых значительные группы покупателей готовы затратить дополнительные усилия. Например, автомобили особых марок, особая видеокамера.

б) Потребительские товары, которые покупатель в процессе выбора и покупки сравнивает между собой по показателям пригодности, цены, качества и внешнего оформления.

в) Потребительские товары, о приобретении которых покупатель обычно не думает, независимо от того, знает он или не знает об их существовании, например, страхование жизни, товары-новинки. Реализация товаров пассивного спроса требует значительных маркетинговых усилий.

г) Потребительские товары, которые обычно потребляются за один или несколько циклов использования, например, пиво, мыло, соль.

30. Создание интересного контента, с целью получения максимального количества ссылок на материал - это...

- а) Копирайтинг.
- б) Линкбилдинг.
- в) Линкбейтинг.
- г) Рерайтинг.

#### Критерии оценивания тестовых заданий

Процент правильных ответов	Количество баллов
90-100 %	9-10
80-89%	7-8
71-80%	5-6
61-70%	3-4
50-60%	1-2
менее 45%	0



## Пример кейс-задания

### Вариант 1.

«Стартапы и организация собственного бизнеса в Интернет»

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

### Вариант 2.

«Организация Интернет-магазина»

Студенты разбиваются на группы по 3-5 чел. Каждой группе требуется разработать идею интернет-магазина. Каждая группа представляет результат в виде презентации идеи, разработанной в электронном виде и содержащей следующие разделы: описание идеи, рынок и продвижение, бизнес-модель, инвестиционный план.

### Описание методики оценивания:

#### Критерии оценки (в баллах)

Критерии оценивания	Количество баллов
Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок.	19-20
Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки.	14-15
Достаточно верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; допущены ошибки или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки.	9-10
Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала, определенного учебной программой дисциплины. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки.	4-5
Вопрос не раскрыт. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий.	0

## Вопросы для семинарских занятий

Аудиторная работа включает в себя устный опрос.

Тема 1. Введение технологический бизнес и интернет-предпринимательство

Проработать и обосновать основные вопросы темы:

Что такое бизнес-идея?

Где и как найти идею для стартапа.

Как выбрать жизнеспособную идею.

Как сформулировать идею?

Виды предприятий в Интернет.

Организация производственной деятельности в Интернет.

Виртуальные предприятия. Особенности взаимодействия с персоналом в виртуальном предприятии.

Организация продаж и предоставление услуг в Интернет.

Организация взаимодействия между Интернет-предприятиями. Взаимодействие Интернет-предприятий с физическими и юридическими лицами.

Организация взаимодействия Интернет-предприятий с потребителями товаров и услуг.

Бизнес-модель интернет- предприятия.

Причины необходимости формирования команды.

Кадровый состав команды, распределение полномочий и ответственности.

Методы формирования команды.

Тема 2. Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов. Сегментация и целевая аудитория

Проработать и обосновать основные вопросы темы:

Определение конкурентного преимущества, масс-маркет, модель монетизации, рыночная ниша, ценность продукта.

Конкурентное преимущество.

Матрица позиционирования.

Рыночные и нерыночные конкурентные преимущества.

Сегментация и выделение целевой аудитории.

Потребители на высокотехнологичных рынках.

Понятие ценностного предложения. Формирование ценностного предложения.

Объем аудитории Интернет в России.

Тема 3. Клиентское развитие. От идеи к продукту.

Проработать и обосновать основные вопросы темы:

Боль потребителя.

Клиентское развитие.

Проблемное интервью.

Поиск и изучение клиентов.

Тестирование каналов.

Карта бизнес-модели.

Цикл принятия новых продуктов.

Особенности коммуникации с использованием Интернет, ограничения, которые они накладывают на работу с этим инструментом в маркетинге.

Воронка продаж, масштабирование, масштабируемый бизнес, минимальный жизнеспособный продукт.

Тестирование каналов сбыта и подготовка к масштабированию бизнеса.

Тема 4. Стартапы и организация собственного бизнеса в Интернет.

Проработать и обосновать основные вопросы темы:

Сущность и цели бизнес-планирования в процессе создания новых инвестиционных проектов на предприятии, его преимущества.

Бизнес-план как удобный инструмент планирования деятельности организации, требования к нему, внутренняя структура и содержание.

Финансы стартапа. Модели монетизации ценности.

Основные источники привлечения инвестиций.

Бизнес-ангел.

Бутстреппинг.

Венчурные инвестиции, венчурный фонд.

Краудфандинг.

Виды инвесторов. Требования фондов.

Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей. PR стартапа.

Описание методики оценивания:

Критерии оценки (в баллах)

Критерии оценивания	Количество баллов
Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины	2
Достаточно верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; допущены ошибки или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя.	1
Вопрос не раскрыт	0

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

#### Основная литература:

1. Курчеева, Г. И. Информационное и программное обеспечение электронного бизнеса : учебное пособие : [16+] / Г. И. Курчеева, М. А. Бакаев, В. А. Хворостов. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. – 107 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576386> – Текст : электронный.

2. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 352 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342> – ISBN 978-5-394-02474-0. – Текст : электронный.

3. Кобелев, О. А. Электронная коммерция : учебное пособие / О. А. Кобелев ; под ред. С. В. Пирогова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 684 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496127> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01738-4. – Текст : электронный.

#### Дополнительная литература:

4. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие : [16+] / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 163 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669> – ISBN 978-5-9275-3437-1. – Текст : электронный.

5. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. – 154 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687> – ISBN 978-5-9275-2673-4. – Текст : электронный.

6. Москалев, С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С. М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 101 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717> – Текст : электронный.

7. Проектирование цифрового будущего: научные подходы / под ред. Г. Г. Малинецкого, В. В. Иванова, П. А. Верник. – Москва : Техносфера, 2020. – 356 с. : схем., ил., табл. – (Библиотека Института стратегий развития, 06). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=617532> – Текст : электронный.

#### 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

№	Наименование Интернет-ресурса	Ссылка (URL) на Интернет ресурс
1	Библиотека Башкирского государственного университета	<a href="http://lib.bashedu.ru/">http://lib.bashedu.ru/</a>
2	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online»	<a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a>
3	Электронно-библиотечная система издательства «Лань»	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
4	Научная электронная библиотека eLibrary.ru	<a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a>
5	Справочно-правовая система Консультант Плюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
6	Российский федеральный образовательный портал	<a href="http://www.edu.ru">www.edu.ru</a>
7	Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»	<a href="http://www.ecsocman.edu.ru">www.ecsocman.edu.ru</a>
8	Федеральная служба государственной статистики	<a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a>
9	Единый архив экономических и социологических данных ВШЭ	<a href="http://sophist.hse.ru/">http://sophist.hse.ru/</a>

### Наименование программного обеспечения

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные.
3. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License Version 3, 29 June 2007

### 6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	2
<p><b>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</b> лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p><b>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</b> лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),</p>	<p><b>лаборатория социально-экономического моделирования № 107:</b> учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 18 шт.</p> <p><b>лаборатория анализа данных № 108:</b> учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 17 шт.</p> <p><b>аудитория № 110:</b> учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p><b>аудитория № 111:</b> учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p><b>аудитория № 114:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 115:</b> учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dvd плеер toshiba, магнитола sony (4 шт.)</p> <p><b>аудитория № 118:</b> учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитно-маркерный на треноге</p> <p><b>аудитория № 122:</b> учебная мебель, доска.</p>

аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).

**3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:** лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).

**4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:** лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),

**аудитория № 204:**  
учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.

**аудитория № 207:**  
учебная мебель, доска, телевизор led tcl.

**аудитория № 208:**  
учебная мебель, доска, телевизор led tcl.

**аудитория № 209:**  
учебная мебель, доска.

**аудитория № 210:**  
учебная мебель, доска.

**аудитория № 212:**  
учебная мебель, доска, проектор infocus.

**аудитория № 213:**  
учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.

**аудитория № 218:**  
учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.

**аудитория № 220:**  
учебная мебель, доска.

**аудитория № 221**  
учебная мебель, доска.

**аудитория № 222**  
учебная мебель, доска.

**аудитория № 301**  
учебная мебель, экран на штативе, проектор aser.

**аудитория № 302**  
учебная мебель,

персональный компьютер в комплекте hp, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок игu.

**аудитория № 305**  
учебная мебель, доска, проектор infocus.

**аудитория № 307**  
учебная мебель, доска.

**аудитория № 308**  
учебная мебель, доска.

**аудитория № 309**  
учебная мебель, доска.

**лаборатория исследования процессов в экономике и**

**управлении № 311а**  
учебная мебель, доска,

персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт.

<p>аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p><b>5. помещения для самостоятельной работы:</b> аудитория № 302 читальный зал (гуманитарный корпус).</p> <p><b>6. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования:</b> аудитория № 115 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), 118 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	<p><b>лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в</b> учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте № 1 iгу corp 510 – 14 шт.</p> <p><b>аудитория № 312</b> учебная мебель, доска.</p>
--	--

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины Интернет-предпринимательство  
на 6 семестр  
очной формы обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	16
практических/ семинарских	16
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)ФКР	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	75,8
Учебных часов на подготовку к зачет (Контроль)	-

Форма(ы) контроля:  
зачет 6 семестр



№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Модуль 1 Теоретические аспекты интернет-предпринимательства</b>								
1.	Тема 1. Введение технологический бизнес и интернет-предпринимательство Бизнес-идея. Стартап. Виды предприятий в Интернет. Виртуальные предприятия. Организация продаж и предоставление услуг в Интернет. Организация взаимодействия между Интернет-предприятиями. Бизнес-модель интернет- предприятия. Причины необходимости формирования команды. Кадровый состав команды, распределение полномочий и ответственности. Методы формирования команды.	4	4		15,8	1, 2, 3,4,5,6	Вопросы по теме семинарского занятия, конспекты, доклады	Проверка выполнения вопросов для текущего контроля, доклад, тест
2.	Тема 2. Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов. Сегментация и целевая аудитория Определение конкурентного преимущества, масс-маркет, модель монетизации, рыночная ниша, ценность продукта. Конкурентное преимущество. Матрица позиционирования. Рыночные и нерыночные конкурентные преимущества. Сегментация и выделение целевой аудитории. Потребители на высокотехнологичных	4	4		20	1, 2, 3,5,6	Вопросы по теме семинарского занятия, конспекты, доклады	Проверка выполнения вопросов для текущего контроля, доклад практического задания

	рынках. Понятие ценностного предложения. Формирование ценностного предложения. Объем аудитории Интернет в России.							
<b>Модуль 2 Технологическое предпринимательство. Стартап</b>								
3.	Тема 3. Клиентское развитие. От идеи к продукту. Поиск и изучение клиентов. Тестирование каналов. Карта бизнес-модели. Цикл принятия новых продуктов. Особенности коммуникации с использованием Интернет, ограничения, которые они накладывают на работу с этим инструментами в маркетинге. Воронка продаж, масштабирование, масштабируемый бизнес, минимальный жизнеспособный продукт. Тестирование каналов сбыта и подготовка к масштабированию бизнеса.	4	4		20	1, 2, 3,5,6	Вопросы по теме семинарского занятия, конспекты, доклады	Проверка выполнения вопросов для текущего контроля, практического задания, теста, доклада
4.	Тема 4. Стартапы и организация собственного бизнеса в Интернет. Сущность и цели бизнес-планирования в процессе создания новых инвестиционных проектов на предприятии, его преимущества. Бизнес-план как удобный инструмент планирования деятельности организации, требования к нему, внутренняя структура и содержание. Финансы стартапа. Модели монетизации ценности. Основные источники привлечения инвестиций. Бизнес-ангел. Бутстреппинг. Венчурные инвестиции, венчурный фонд.	4	4		20	1, 2, 3,5,6	Вопросы по теме семинарского занятия, конспекты, доклады	Проверка выполнения вопросов для текущего контроля, практического задания, доклада

	Краудфандинг. Виды инвесторов. Требования фондов. Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей. PR стартапа.							
	<b>Всего часов:</b>	<b>16</b>	<b>16</b>		<b>75,8</b>			