

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Рабочая программа дисциплины

Электронный бизнес и интернет - технологии

<i>Направление подготовки</i>	Экономика
<i>Код</i>	38.03.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Финансы в цифровой экономике
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва
2026

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Системное и критическое мышление	УК-1
Профессиональные		ПК-2

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи УК-1.2 Выбирает ресурсы для поиска информации необходимой для решения поставленной задачи УК-1.3 Находит, критически анализирует, сопоставляет, систематизирует и обобщает обнаруженную информацию, определяет парадигму, в рамках которой будет решаться поставленная задача
ПК-2	Способен анализировать, обосновывать и принимать решения на основе выработанных для них целевых показателей	ПК-2.1 Использует в профессиональной деятельности группы экономических показателей, с целью выявления и принятия оптимальных и перспективных управленческих решений

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	УК-1		
	методы поиска, критического анализа и синтеза информации, методы системного подхода для решения поставленных задач	анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи; выбирать ресурсы для	способностью анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществлять

		поиска информации необходимой для решения поставленной задачи; Находить, критически анализировать, сопоставлять, систематизировать и обобщать обнаруженную информацию, определять парадигму, в рамках которой будет решаться поставленная задача	декомпозицию задачи; выбирать ресурсы для поиска информации необходимой для решения поставленной задачи; навыками находить, критически анализировать, сопоставлять, систематизировать и обобщать обнаруженную информацию, определять парадигму, в рамках которой будет решаться поставленная задача
Код компетенции	ПК-2		
	– перечень и возможности применения методов и программных средств обработки деловой информации; – особенности документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений – системы электронного управления документами.	– использовать системы электронного управления документами; – применять методы и программные средства обработки деловой информации; – документально оформлять решения в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений – использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности.	– навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений; – навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем.

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Информационные технологии в экономике», «Предпринимательство», «Информационная безопасность в цифровой экономике», «Безопасность цифровой экономики».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: аналитический, организационно – управленческий, расчетно – экономический, финансовый.

Профиль (направленность) программы установлена путем ее ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Финансы в цифровой экономике.

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формы обучения</i>		
	<i>Очная</i>	<i>Очно-заочная</i>	<i>Очно-заочная с применением ДОТ</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	4/144	4/144	4/144
Контактная работа:			
Занятия лекционного типа	20	12	4
Занятия семинарского типа	40	24	10
Промежуточная аттестация: зачет с оценкой	0,15	0,15	0,1
Самостоятельная работа (СРС)	83,85	107,85	129,9

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самос тояте льная работ а
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебны е заняти я	Практ ически е заняти я	Семин ары	Лабор аторн ые работ ы	Иные	
1.	Введение	2		2				5
2.	Планирование и организация электронного бизнеса	2		2				5
3.	Бизнес-модели и организационные	4		6				10

	модели электронных предприятий							
4.	Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке	2		8				13,85
5.	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	2		6				15
6.	Технологическая модель электронного предприятия	4		6				15
7.	Нормативно -правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	2		4				10
8.	Экономические вопросы организации электронного бизнеса	2		6				10
1.	Промежуточная аттестация	0,15						
2.	ИТОГО	20		40				83,85

6.1.2

Очно-заочная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самост оательн ая работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебны е заняти я	Практ ически е заняти я	Семин ары	Лабор аторн ые работ ы	Иные	
1.	Введение	1		2				10
2.	Планирование и организация электронного бизнеса	1		2				10
3.	Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий	2		4				20
4.	Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке	2		4				15

5.	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	2		4				15
6.	Технологическая модель электронного предприятия	2		4				10
7.	Нормативно -правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	1		2				10
8.	Экономические вопросы организации электронного бизнеса	1		2				17,85
	Промежуточная аттестация	0,15						
	Итого	12		24				107,85

6.1.3 Очно-заочная форма обучения с применением ДОТ

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебны е заняти я	Практ ически е заняти я	Сем и нар ы	Лаборо рные раб.	Иные заняти я	
1.	Введение			1				16
2.	Планирование и организация электронного бизнеса	1		1				16
3.	Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий	1		1				16
4.	Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке	1		1				16
5.	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	1		1				16
6.	Технологическая модель электронного			2				16

	предприятия							
7.	Нормативно -правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса			2				16,9
8.	Экономические вопросы организации электронного бизнеса			1				17
	Промежуточная аттестация	0,1						
	Итого	4		10				129,9

6.2 Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1 Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Введение	Понятие 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.
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.
3.	Бизнес-модели и	Классификации бизнес-моделей электронной

	организационные модели электронных предприятий	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).
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).
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: социальнодемографические 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.
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. 10 Структура информационной платформы электронных предприятий. Модели реализации информационной платформы предприятия электронного бизнеса.
7.	Нормативноправовая 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 бизнес-организаций: 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)
8.	Экономические вопросы организации электронного бизнеса	Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса. Особенности инвестирования электронных предприятий. Интернет-инкубаторы и венчурные фонды. Структура затрат предприятий электронного бизнеса. Доходная часть предприятий электронного бизнеса. Основные экономические показатели эффективности деятельности.

6.2.2 Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Введение	Планирование и организация электронного бизнеса. Разработка бизнес-модели электронного предприятия.
2.	Планирование и организация электронного бизнеса	Планирование и организация электронного бизнеса. Разработка бизнес-модели электронного предприятия.

3.	Бизнес-модели и организационные модели Электронных предприятий	Разработка проекта сайта для разрабатываемого проекта электронного бизнеса.
4.	Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке	Разработка маркетинговой стратегии компании. Разработка рекламной стратегии компании по выводу предприятия на рынок. Оценка эффективности.
5.	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	Разработка маркетинговой стратегии компании. Разработка рекламной стратегии компании по выводу предприятия на рынок. Оценка эффективности.
6.	Технологическая модель электронного предприятия	Технологическая модель электронного предприятия
7.	Нормативноправовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	Разработка финансового плана для разрабатываемого проекта электронного бизнеса.
8.	Экономические вопросы организации электронного бизнеса	Разработка финансового плана для разрабатываемого проекта электронного бизнеса.

6.2.3 Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Введение	Понятие 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.
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.
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; практическая 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).
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).
5.	Формирование потребительской аудитории и организация	Маркетинг и реклама на электронном рынке. Роль маркетинга в построении эффективной бизнес-модели. Методика определения целевой аудитории и поиска ее в

	продаж в среде Интернет	Интернет. Критерии сегментации: социальнодемографические 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.
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. 10 Структура информационной платформы электронных предприятий. Модели реализации информационной платформы предприятия электронного бизнеса.
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 бизнес-организаций: 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)
8.	Экономические вопросы организации электронного бизнеса	Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса. Особенности инвестирования электронных предприятий. Интернет-инкубаторы и венчурные фонды. Структура затрат предприятий электронного бизнеса. Доходная часть предприятий электронного бизнеса. Основные экономические показатели эффективности деятельности.

7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может

проводить следующие мероприятия:

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Введение	Опрос Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
2.	Планирование и организация электронного бизнеса	Опрос, эссе Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
3.	Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий	Опрос, эссе, тестирование Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
4.	Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке	Опрос, эссе, тестирование. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
5.	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	Опрос, эссе, тестирование. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
6.	Технологическая модель электронного предприятия	Опрос, эссе, тестирование. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
7.	Нормативно - правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	Опрос, эссе, тестирование. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
8.	Экономические вопросы организации электронного бизнеса	Опрос, эссе, итоговое тестирование Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1. Основная учебная литература

1. Номбре С.Б. Информационные технологии: учебно-методическое пособие для студентов направления подготовки 38.03.01 «Экономика» / Номбре С.Б., Сторожев С.В., Король Е.В. — Макеевка: Донбасская национальная академия строительства и архитектуры, ЭБС АСВ, 2022. — 297 с. — Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. — URL:

<https://www.iprbookshop.ru/120023.html>

8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Левкин, Г. Г. Основы коммерции: конспект лекций / Г. Г. Левкин. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 108 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/46248.html>

2. Кудряшов А.А. Электронный бизнес [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кудряшов А.А.— Электрон. текстовые данные.— Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2017.— 175 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75426.html>

3. Медведева М.А. Электронный бизнес. Часть 1 [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Медведева М.А., Медведев М.А.— Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016.— 108 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69764.html>.

8.3. Периодические издания

1. Информационные технологии моделирования и управления <http://www.iprbookshop.ru/43350.html>

2. Философские проблемы информационных технологий и киберпространства <http://www.iprbookshop.ru/43489.html>

3. Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия Информационные технологии в строительных, социальных и экономических системах <http://www.iprbookshop.ru/64279.html>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайнрежиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
2. внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
3. выполнение самостоятельных практических работ;
4. подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.

2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.

3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Операционные системы семейства Windows;
 2. Microsoft Office;
 3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
 4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс): веб версия;
 5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ): веб версия;
 6. Электронная информационно-образовательная система ММУ: <https://elearn.mmu.ru/>
- Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами

обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, VLC Media Player

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, Microsoft Office, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Notepad++, Pinta, GIMP, Inkscape, OpenShot, FreeCAD, LibreCAD, Jamovi, AnyLogic, Visual Studio, Unity

13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и

видеоматериалов;

- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: (*«мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.*) используются следующие:

- *диспут*
- *анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач*
- *ролевая игра;*
- *круглый стол;*
- *мини-конференция*
- *дискуссия*
- *беседа.*

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Электронный бизнес и интернет - технологии

<i>Направление подготовки</i>	Экономика
<i>Код</i>	38.03.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Финансы в цифровой экономике
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва
2026

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Системное и критическое мышление	УК-1
Профессиональные		ПК-2

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи УК-1.2 Выбирает ресурсы для поиска информации необходимой для решения поставленной задачи УК-1.3 Находит, критически анализирует, сопоставляет, систематизирует и обобщает обнаруженную информацию, определяет парадигму, в рамках которой будет решаться поставленная задача
ПК-2	Способен анализировать, обосновывать и принимать решения на основе выработанных для них целевых показателей	ПК-2.1 Использует в профессиональной деятельности группы экономических показателей, с целью выявления и принятия оптимальных и перспективных управленческих решений

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	УК-1		
	методы поиска,	анализировать задачу,	способностью

	критического анализа и синтеза информации, методы системного подхода для решения поставленных задач	выделяя ее базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи; выбирать ресурсы для поиска информации необходимой для решения поставленной задачи; Находить, критически анализировать, сопоставлять, систематизировать и обобщать обнаруженную информацию, определять парадигму, в рамках которой будет решаться поставленная задача	анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществлять декомпозицию задачи; выбирать ресурсы для поиска информации необходимой для решения поставленной задачи; навыками находить, критически анализировать, сопоставлять, систематизировать и обобщать обнаруженную информацию, определять парадигму, в рамках которой будет решаться поставленная задача
Код компетенции	ПК-2		
	– перечень и возможности применения методов и программных средств обработки деловой информации; – особенности документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	– использовать системы электронного управления документами; – применять методы и программные средства обработки деловой информации; – документально оформлять решения в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	– навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений; - навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий,

	– системы электронного управления документами.	– использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности.	использования корпоративных информационных систем.
--	--	--	--

3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.

	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ НЕ ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций в процессе освоения образовательной программы

Типовые контрольные задания для проверки знаний студентов (пороговый уровень формирования компетенции):

СЕМЕСТР 6 УК-1

1. К какому виду Интернет-аукциона относится данное утверждение: «Используется открытый формат предложений. Продавец назначает начальную цену, далее покупатели вступают в конкретную борьбу. Побеждает тот, кто на момент окончания аукционной борьбы предложил наивысшую цену»?

- (1) Аукцион одновременного предложения
- (2) Стандартный аукцион**
- (3) Голландский аукцион
- (4) Аукцион закрытых предложений
- (5) Двойной аукцион

2. Какая из категорий покупателей обычно посещают сайты известных и заслуживающих доверия продавцов. Они больше всего удовлетворены электронной коммерцией и проводят больше всех времени в сети?

- (1) «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)
- (2) «Brand Loyalists» (любители известных марок)**
- (3) «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)
- (4) «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)
- (5) «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)
- (6) «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)

3. Какая из категорий покупателей покупают в сети из-за удобства и для экономии времени?

- (1) «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)
- (2) «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)**
- (3) «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)
- (4) «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)
- (5) «Brand Loyalists» (любители известных марок)
- (6) «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)

4. Для чего создаются дискуссионные листы?

- (1) Предназначены для определенной целевой аудитории
- (2) Для рассылки индивидуальных писем**

(3) Для обмена информацией или обсуждения вопросов по выбранной теме, принимать участие могут все желающие

5. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие сколько-нибудь значительных трудностей в распространении товаров среди достаточно большой аудитории покупателей (потребителей)»?

(1) Модель Интернет – экономики

(2) Модель традиционной экономики

6. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей»?

(1) Модель традиционной экономики

(2) Модель Интернет – экономики

7. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей»?

(1) Модель Интернет – экономики

(2) Модель традиционной экономики

8. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Наличие проблемы обеспечения сохранности электронных денег у покупателей, что обуславливается надежностью принятой к использованию безналичной платежной системы»?

(1) Модель традиционной экономики

(2) Модель Интернет – экономики

9. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Привлечение капитала усложнено из-за необходимого строгого обоснования его последующего использования посредством разработки бизнес-плана»?

(1) Модель традиционной экономики

(2) Модель Интернет – экономики

10. Какой модели экономики относится данное утверждение: «Эффективность функционирования электронного магазина обнаруживается в течении нескольких месяцев их эксплуатации»?

(1) Модель традиционной экономики

(2) Модель Интернет-экономики

11. Перечислите по- порядку стадии проходимые потенциальным покупателем?

(1) Предпочтение

- (2) **Знание**
- (3) **Убеждение**
- (4) **Покупка**

12. «Размещение тестово-графических рекламных материалов на контекстных площадках», какой вид Интернет-рекламы характеризует данное утверждение?

- (1) Медийная реклама
- (2) Всплывающие (pop-up) окна и spyware
- (3) **Контекстная реклама**
- (4) Поисковая реклама
- (5) Геоконтекстная реклама
- (6) Спам

13. Составляющими электронного бизнеса является?

- (1) Электронная коммерция
- (2) **Составляющими электронного бизнеса являются оба варианта**
- (3) Не один из вариантов не является составляющим электронного бизнеса
- (4) Комплексная автоматизация деятельности предприятия

14. Какие существуют виды доставки товаров (услуг) купленных в интернет-магазине?

- (1) Почта
- (2) Электронная почта
- (3) Не один из перечисленных
- (4) Предоставление доступа к информационным услугам или каналам связи; импорт («скачивание»)
- (5) Собственная служба доставки
- (6) **Все перечисленные**

15. B2G - это модель взаимодействия?

- (1) **Бизнес-государство**
- (2) Потребитель-бизнес
- (3) Бизнес-бизнес
- (4) Бизнес-потребитель
- (5) Потребитель-государство
- (6) Потребитель-потребитель

16. К каким способам раскрутки сайта относится данное утверждение: «Используя данные способы, вы сможете очень быстро получить результат, который, к сожалению, оказывается весьма не долгим.»?

- (1) **Черным способам раскрутки**
- (2) Серым способам раскрутки
- (3) Белым способам раскрутки

17. «Вид рекламы чаще всего встречается в мобильных телефонах с учетом местоположения пользователя, а так же реклама на веб-картах», какой вид Интернет-рекламы характеризует данное утверждение?

(1) Геоконтекстная реклама

(2) Рассылки подписчикам

(3) Спам

(4) Вирусная реклама

(5) Индивидуальные письма

(6) Контекстная реклама

18. К какому виду интернет-аукциона относится данное утверждение: «Покупатель или продавец делают секретные предложения в течение установленного времени. Победитель покупает товар по цене, которая предшествует максимальной»?

(1) Аукцион одновременного предложения

(2) Аукцион закрытых предложений

(3) Голландский аукцион

(4) Двойной аукцион

(5) Стандартный аукцион

19. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Возможность оперативного посещения сети центров виртуальной торговли весьма упрощен, использования электронных средств навигации, исключающих необходимость физического посещения»?

(1) Модель традиционной экономики

(2) Модель Интернет-экономики

20. C2C – это модель взаимодействия?

(1) Потребитель-потребитель

(2) Бизнес-потребитель

(3) Потребитель-государство

(4) Бизнес-государство

(5) Бизнес-бизнес

(6) Потребитель-бизнес

СЕМЕСТР 6

ПК-2

1. Какая из категорий покупателей характеризуется как в основном люди около тридцати, женатые, имеющие детей. Они постоянные посетители сайтов, представляющих услуги по сравнению?

(1) «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)

(2) «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)

(3) «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)

(4) «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)

(5) «Brand Loyalists» (любители известных марок)

(6) «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)

2. C2B – это модель взаимодействия?

- (1) Потребитель-потребитель
- (2) Бизнес-потребитель
- (3) Потребитель-государство
- (4) Бизнес-государство
- (5) Бизнес-бизнес
- (6) Потребитель-бизнес**

3. Как расшифровывается аббревиатура PPC, обозначающая тип рекламы?

- (1) Parish Pastoral Council
- (2) Pay Per Click**
- (3) Public Policy Center
- (4) Public Power Corporation
- (5) Peer-to-Peer Computing

4. Как расшифровывается аббревиатура SEM, часто используемая в интернет-маркетинге?

- (1) Search-Engine Marketing**
- (2) Structural Equation Modeling
- (3) Space Environment Monitor
- (4) Software Engineering and Middleware
- (5) Security Engineered Machinery

5. Поисковая система Google

- (1) была создана в период 1970 – 1980 гг.
- (2) была создана в период 1980 – 1990 гг.
- (3) была создана в период 1990 – 2000 гг.**
- (4) была создана в период 2000 – 2005 гг.
- (5) была создана в период 2005 – 2010 гг.

6. Протокол http

- (1) был создан в период 1975 – 1980 гг.
- (2) был создан в период 1980 – 1995 гг.**
- (3) был создан в период 1995 – 2005 гг.
- (4) был создан в период 2000 – 2005 гг.
- (5) был создан в период 2005 – 2010 гг.

7. Укажите все верные высказывания в отношении понятия "интранет"

(1) Интранет - это сеть, построенная на технологии интернет для использования внутренними сотрудниками

(2) Интранет это сеть, построенная на технологии интернет для предоставления части информации и приложений партнерам компании

(3) Интранет - это основной источник информации о конкурентах

(4) Интранет - это сеть, предоставляющая доступ к правительственным архивам

8. Укажите все верные высказывания в отношении понятия "экстранет"

(1) Экстранет - это сеть, построенная на технологии интернет для использования внутренними сотрудниками

(2) Экстранет - это сеть, построенная на технологии интернет для предоставления части информации и приложений партнерам компании

(3) Экстранет - это основной источник информации о конкурентах

(4) Экстранет - это основной источник информации о конкурентах

9. Укажите все верные высказывания в отношении баннерной рекламы

(1) Баннерная реклама (Banner Ads)—это графическое изображение, являющееся гиперссылкой на сайт рекламодателя

(2) Баннерная реклама может содержать анимированные, звуковые и видео элементы

(3) Баннерная реклама состоит из набора рекламных объявлений, сгруппированных по тематическим категориям

(4) Баннерная реклама гарантирует, что URL рекламодателя будет индексирован поисковой машиной

10. Укажите все верные высказывания, относящиеся к рекламе в виде спонсорства

(1) Спонсорство (Sponsorship) — это обеспечение материальной или информационной поддержки в обмен на рекламу

(2) Спонсорство (Sponsorship) состоит из набора рекламных объявлений, сгруппированных по тематическим категориям

(3) Спонсорство (Sponsorship) гарантирует, что URL рекламодателя будет индексирован поисковой машиной.

(4) Спонсорство (Sponsorship) эволюционирует от навязывания товара к поддержке запросов от клиентов

11. Классифайд (Classified) — это

(1) рубричная реклама, состоящая из набора рекламных объявлений, сгруппированных по тематическим категориям

(2) обеспечение материальной или информационной поддержки в обмен на рекламу

(3) вид рекламы, которая содержит анимированные, звуковые и видео элементы

(4) реклама, построенная на технологии интернет и служит для предоставления части информации и приложений партнерам компании

12. Как называется совокупность действий по представлению витрины и раскладке товаров?

- (1) интернет-маркетинг
- (2) **мерчендазинг**
- (3) хостинг
- (4) ретаргетинг

13. Какой рынок наибольший из перечисленных ниже?

- (1) **Рынок услуг интерактивной рекламы**
- (2) Рынок услуг интернет рекламы
- (3) Рынок услуг web-рекламы
- (4) Рынок услуг мобильной рекламы

14. Как называется сервис контекстной рекламы Google?

- (1) iTunes
- (2) Amazon
- (3) Ozon
- (4) **Adwords**

15. Какие сервисы принадлежат компании Google?

- (1) **YouTube**
- (2) **AdWords**
- (3) **AdSense**
- (4) iAd

16. Рекламные агентства осуществляют следующие виды деятельности. Укажите все правильные ответы.

- (1) **планирование и подготовку рекламной кампании в целом**
- (2) **подготовка маркетинговой концепции клиентов**
- (3) **составление медиапланов**
- (4) **отслеживание рекламной кампании в Интернете**
- (5) **поддержкой ИТ-инфраструктуры клиентов**

17. Медиаселлеры – это

- (1) **компаний, специализирующиеся на продаже рекламных площадей**
- (2) компаний, специализирующиеся в области сплит тестирования
- (3) компаний, специализирующиеся в области поддержкой ИТ-инфраструктуры клиентов

(4) компании, специализирующиеся в области предоставлении услуг хостинга

18. К сервисам контекстной рекламы относятся

(1) **Google Adwords**

(2) **Yandex Direct**

(3) **Begun**

(4) **Icq**

(5) **Gmail**

19. Как расшифровывается аббревиатура SEO, часто используемая в интернет-маркетинге?

(1) **Search Engine Optimization**

(2) **Special Equipment Option**

(3) **Software Engineering Organization**

(4) **Security Engineering Officer**

(5) **Special Equipment Operator**

20. Как расшифровывается аббревиатура CMS, обозначающая платформу для создания сайтов?

(1) **Course Management System**

(2) **Content Management System**

(3) **Central Management Services**

(4) **Comparative Media Studies**

(5) **Central Management System**