

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Рабочая программа дисциплины

Электронный бизнес и Интернет-технологии

<i>Направление подготовки</i>	Менеджмент
<i>Код</i>	38.03.02
<i>Направленность (профиль)</i>	Менеджмент организации
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва
2021 г.

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

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные компетенции	-	ПК-1
Профессиональные компетенции	-	ПК-2
Профессиональные компетенции	-	ПК-9

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1	ПК-1- Способен собирать и анализировать информацию для принятия необходимых управленческих решений в рамках тактического планирования	ПК 1.1. Осуществляет мониторинг информационных источников, необходимых для принятия управленческих решений ПК 1.2. Определяет методы и методики в рамках тактического планирования для принятия необходимых управленческих решений
ПК-2	ПК-2-Способен разрабатывать перспективные методы, модели и механизмы тактического планирования в условиях цифровизации	ПК 2.1. Изучает и систематизирует информационные потоки в рамках тактического планирования ПК 2.2. Определяет тенденции и перспективы принятия управленческих решений в условиях цифровизации
ПК-9	ПК-9-Способен организовать управление различными видами деятельности предприятия (организации), включая организацию	ПК 9.1. Участвует в управлении инновационными проектами, разработке программ внедрения технологических и продуктовых инноваций с применением инструментов инновационного менеджмента ПК 9.2. Разрабатывает методы внедрения технологических и продуктовых инноваций в управлении организацией

	внедрения технологических и продуктовых инноваций или программу организационных изменений	
--	-------------------------------------------------------------------------------------------	--

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	ПК-1		
	- принципы и современные информационные технологии управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов в рамках тактического планирования - методы создания информационных сервисов (контент-сервисов) для принятия необходимых управленческих решений в рамках тактического планирования	- использовать принципы и современные информационные технологии управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов в рамках тактического планирования - применять методы создания информационных сервисов (контент-сервисов) для принятия необходимых управленческих решений в рамках тактического планирования	- принципами и современными информационными технологиями управления контентом предприятия и Интернет-ресурсами в рамках тактического планирования - методами создания информационных сервисов (контент-сервисов) для принятия необходимых управленческих решений в рамках тактического планирования
	ПК-2		
	- информационные технологии управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов в условиях цифровизации - информационные сервисы (контент-сервисы) для моделирования механизмов тактического	- использовать информационные технологии управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов в условиях цифровизации - создавать и использовать информационные сервисы (контент-сервисы) для моделирования	- использовать информационные технологии управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов в условиях цифровизации - создавать и использовать информационные сервисы (контент-сервисы) для

	планирования в условиях цифровизации	механизмов тактического планирования в условиях цифровизации	моделирования механизмов тактического планирования в условиях цифровизации
	ПК-9		
	- основные принципы успешного позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке, включая организацию внедрения технологических и продуктовых инноваций или программу организационных изменений - принципы формирования потребительской аудитории, включая организацию внедрения технологических и продуктовых инноваций или программу организационных изменений	- применять основные принципы успешного позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке, включая организацию внедрения технологических и продуктовых инноваций или программу организационных изменений - использовать принципы формирования потребительской аудитории, включая организацию внедрения технологических и продуктовых инноваций или программу организационных изменений	- основными принципами успешного позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке, включая организацию внедрения технологических и продуктовых инноваций или программу организационных изменений - принципами формирования потребительской аудитории, включая организацию внедрения технологических и продуктовых инноваций или программу организационных изменений

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору\части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами: «Информационные технологии в менеджменте», «Маркетинг», «Мировые информационные ресурсы».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: информационно-аналитический, организационно-управленческий.

Профиль (направленность) программы установлена путем ее ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Менеджмент организации.

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>	<i>Заочная с применением ДОТ</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	3\108	3\108	3\108	3\108
Контактная работа:				
Занятия лекционного типа	10	16	2	2
Занятия семинарского типа	20	16	8	2
Промежуточная аттестация: зачет	0.1	0.1	0.1	4
Самостоятельная работа (СРС)	77.9	75.9	97,9	100

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)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		<i>Лекции</i>	<i>Иные учебные занятия</i>	<i>Практические занятия</i>	<i>Семинары</i>	<i>Лабораторные раб.</i>	<i>Иные занятия</i>	
1	Введение	1			2			0
2	Планирование и организация электронного бизнеса	1			2			12
3	Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий	1			2			11
4	Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке	1			4			11
5	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	2			2			11
6	Технологическая модель электронного предприятия	1			4			11

7	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	2			2			11
8	Экономические вопросы организации электронного бизнеса	1			2			11
	Итого	10			20			78

6.1.2 Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		<i>Лекции</i>	<i>Иные учебные занятия</i>	<i>Практические занятия</i>	<i>Семинары</i>	<i>Лабораторные раб.</i>	<i>Иные занятия</i>	
1	Введение	2			2			0
2	Планирование и организация электронного бизнеса	2			2			10
3	Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий	2			2			11
4	Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке	2			2			11
5	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	2			2			11
6	Технологическая модель электронного предприятия	2			2			11
7	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного	2			2			11

	бизнеса							
8	Экономические вопросы организации электронного бизнеса	2			2			11
	Итого	16			16			76
	Промежуточная аттестация	зачет						

6.1.3 Очно-заочная форма обучения с применением ДОТ

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные раб.	Иные занятия	
1.	Введение			1				13,2
2.	Планирование и организация электронного бизнеса	1		1				12,1
3.	Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий	1		1				12,1
4.	Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке			1				12,1
5.	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет			1				12,1
6.	Технологическая модель электронного предприятия			1				12,1
7.	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного			1				12,1

	бизнеса							
8.	Экономические вопросы организации электронного бизнеса			1				12,1
	Промежуточная аттестация	зачет						
	Итого	2		8				97,9

6.1.3. Заочная форма обучения с применением ДОТ

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа				Самостоятельная работа		
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные работы	Иные занятия	
1.	Введение							16
2.	Планирование и организация электронного бизнеса	1						12
3.	Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий	1						12
4.	Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке			1				12
5.	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет			1				12
6.	Технологическая модель электронного предприятия							12
7.	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций							12

	электронного бизнеса							
8.	Экономические вопросы организации электронного бизнеса							12
	Промежуточная аттестация	зачет						
	Итого	2		2				100

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	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие электронного бизнеса. 2. Интернет как среда ведения предпринимательской деятельности. 3. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. 4. Факторы, влияющие на развитие технологий электронного бизнеса: общеэкономические, правовые, инфраструктурные, управленческие. 5. Преимущества использования электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции.
2.	Планирование и организация электронного бизнеса	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности архитектуры электронного предприятия. 2. Организационные принципы электронного предприятия. 3. Деформации модели архитектуры предприятия Захмана при ее применении к моделированию электронного предприятия. 4. Описание Бизнес-архитектуры предприятия в таблице Захмана. 5. Содержание описания ИТ-архитектуры (документы; правила бизнеса; база данных). 6. Планирование электронного бизнеса. 7. Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса. 8. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент». 9. Бизнес-модели и направления электронного бизнеса: целевая установка, критерии успеха, целевая аудитория, требования и приоритеты, партнерства, финансы. 10. Контент-модель: определения, источники данных, иерархия, презентация, позиционирование, ведение.

		<p>11. Менеджмент-модель: процессы (отбор, разработка, импорт, хранение, измерения, поддержка), предпринимательские принципы, директивы, роли, степени ответственности.</p> <p>12. Тенденции развития программной, аппаратной и организационной инфраструктуры электронных предприятий.</p>
3.	Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий	<p>1.Классификации бизнес-моделей электронной коммерции.</p> <p>2.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).</p> <p>3.Классификация Эпплгейт: новые модели для менеджеров (специализированные дистрибьюторские модели; модели портала; модели поставщика; модели поставщиков инфраструктуры).</p> <p>4.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).</p> <p>5.Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам (матрица B2C2G).</p> <p>6.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).</p> <p>7.Торгово-закупочные B2B системы. Системы управления закупками (e-procurement).</p> <p>8.Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM – системы).</p> <p>9.Системы управления продажами (e-distribution).</p> <p>10.Системы полного цикла сопровождения потребителей (eCRM-системы).</p> <p>11.Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи.</p> <p>12.Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (e-market).</p>
4.	Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке	<p>1.Типы корпоративных представительств и рекомендации по их использованию.</p> <p>2.Корпоративный портал. Сайт-визитка, презентационный сайт. Интернет-витрина. Интернет-магазин. Внешний коммуникативный канал.</p> <p>3.Типовой вариант сайта Интернет-магазина. Торговые ряды.</p> <p>4.Комплексы программных средств для реализации Интернет-проекта.</p>

		<p>5.Разработка проекта сайта, основные этапы.</p> <p>6.Системы управления контентом. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах.</p> <p>7.Выбор хостинга (виртуальный хостинг, виртуальный выделенный сервер, выделенный сервер, колокация).</p>
5.	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	<p>1.Маркетинг и реклама на электронном рынке. Роль маркетинга в построении эффективной бизнес-модели.</p> <p>2.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.</p> <p>3.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.</p> <p>4.Медийная реклама. Медиаметрические исследования в Интернет. Методы оценки эффективности маркетинга и рекламы в Интернет. Медиапланирование и создание рекламной кампании. Выбор площадок для размещения рекламы.</p>
6.	Технологическая модель электронного предприятия	<p>1.Технологическая модель: архитектура, платформа, инструменты, приложения.</p> <p>2.Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса.</p> <p>3.Коммуникационная платформа предприятия электронного бизнеса.</p> <p>4.Модели организации коммуникационной платформы.</p> <p>5.Структура информационной платформы электронных предприятий.</p> <p>6.Модели реализации информационной платформы предприятия электронного бизнеса.</p>
7.	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	<p>1.Правовые аспекты организации предприятий электронного бизнеса.</p> <p>2.Понятие электронного документа и электронно-цифровой подписи.</p> <p>3.Аутентификация контрагентов на основе технологии электронной цифровой подписи.</p> <p>4.Сертификационные центры.</p> <p>5.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.</p> <p>6.Разрешение споров в электронной коммерции.</p> <p>7.Платежные системы. Основные функции платежных систем. Денежные расчеты в сети. Классификация</p>

		платежей и платежных систем. Системы расчетов, работающие с реальными деньгами. Системы расчетов, использующие электронную валюту (цифровые деньги)
8.	Экономические вопросы организации электронного бизнеса	1.Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса. 2.Особенности инвестирования электронных предприятий. 3.Интернет-инкубаторы и венчурные фонды. 4.Структура затрат предприятий электронного бизнеса. 5.Доходная часть предприятий электронного бизнеса. 6.Основные экономические показатели эффективности деятельности.

6.2.2 Содержание практических занятий

7	№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
	1.	Введение	1.Планирование и организация электронного бизнеса.
	2.	Планирование и организация электронного бизнеса	2.Разработка бизнес-модели электронного предприятия.
	3.	Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий	1.Разработка проекта сайта для разрабатываемого проекта электронного бизнеса.
	4.	Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке	1.Разработка маркетинговой стратегии компании. 2.Разработка рекламной стратегии компании по выводу предприятия на рынок. 3.Оценка эффективности.
	5.	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	
	6.	Технологическая модель электронного предприятия	1.Технологическая модель электронного предприятия
	7.	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	1.Разработка финансового плана для разрабатываемого проекта электронного бизнеса.
	8.	Экономические вопросы организации электронного бизнеса	

6.2.3 Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельного занятия
1.	Введение	<ol style="list-style-type: none">1. Понятие электронного бизнеса.2. Интернет как среда ведения предпринимательской деятельности.3. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции.4. Факторы, влияющие на развитие технологий электронного бизнеса: общеэкономические, правовые, инфраструктурные, управленческие.5. Преимущества использования электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции.
2.	Планирование и организация электронного бизнеса	<ol style="list-style-type: none">1. Особенности архитектуры электронного предприятия.2. Организационные принципы электронного предприятия.3. Деформации модели архитектуры предприятия Захмана при ее применении к моделированию электронного предприятия.4. Описание Бизнес-архитектуры предприятия в таблице Захмана.5. Содержание описания ИТ-архитектуры (документы; правила бизнеса; база данных).6. Планирование электронного бизнеса.7. Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса.8. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент».9. Бизнес-модели и направления электронного бизнеса: целевая установка, критерии успеха, целевая аудитория, требования и приоритеты, партнерства, финансы.10. Контент-модель: определения, источники данных, иерархия, презентация, позиционирование, ведение.11. Менеджмент-модель: процессы (отбор, разработка, импорт, хранение, измерения, поддержка), предпринимательские принципы, директивы, роли, степени ответственности.12. Тенденции развития программной, аппаратной и организационной инфраструктуры электронных предприятий.
3.	Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий	<ol style="list-style-type: none">1. Классификации бизнес-моделей электронной коммерции.2. Классификация Раппы: бизнес-модели в интернете (посредническая модель; рекламная модель; модель инфопосредника; модель продавца; модель производителя / модель прямого доступа; партнерская

		<p>модель; модель сообщества, модель подписки; практическая модель).</p> <p>3.Классификация Эпплгейт: новые модели для менеджеров (специализированные дистрибьюторские модели; модели портала; модели поставщика; модели поставщиков инфраструктуры).</p> <p>4.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).</p> <p>5.Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам (матрица B2C2G).</p> <p>6.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).</p> <p>7.Торгово-закупочные B2B системы. Системы управления закупками (e-procurement).</p> <p>8.Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM – системы).</p> <p>9.Системы управления продажами (e-distribution).</p> <p>10.Системы полного цикла сопровождения потребителей (eCRM-системы).</p> <p>11.Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи.</p> <p>12.Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (e-market).</p>
4.	<p>Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке</p>	<p>1.Типы корпоративных представительств и рекомендации по их использованию.</p> <p>2.Корпоративный портал. Сайт-визитка, презентационный сайт. Интернет-витрина. Интернет-магазин. Внешний коммуникативный канал.</p> <p>3.Типовой вариант сайта Интернет-магазина. Торговые ряды.</p> <p>4.Комплексы программных средств для реализации Интернет-проекта.</p> <p>5.Разработка проекта сайта, основные этапы.</p> <p>6.Системы управления контентом. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах.</p> <p>7.Выбор хостинга (виртуальный хостинг, виртуальный выделенный сервер, выделенный сервер, колокация).</p>
5.	<p>Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет</p>	<p>1.Маркетинг и реклама на электронном рынке. Роль маркетинга в построении эффективной бизнес-модели.</p> <p>2.Методика определения целевой аудитории и поиска ее в Интернет. Критерии сегментации: социальнодемографические характеристики, психографические характеристики, поведенческие характеристики, географические характеристики.</p>

		<p>Взаимосвязь целевой аудитории и типа рекламной кампании, используемых рекламных инструментов.</p> <p>3.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.</p> <p>4.Медийная реклама. Медиаметрические исследования в Интернет. Методы оценки эффективности маркетинга и рекламы в Интернет. Медиапланирование и создание рекламной кампании. Выбор площадок для размещения рекламы.</p>
6.	Технологическая модель электронного предприятия	<p>1.Технологическая модель: архитектура, платформа, инструменты, приложения.</p> <p>2.Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса.</p> <p>3.Коммуникационная платформа предприятия электронного бизнеса.</p> <p>4.Модели организации коммуникационной платформы.</p> <p>5.Структура информационной платформы электронных предприятий.</p> <p>6.Модели реализации информационной платформы предприятия электронного бизнеса.</p>
7.	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного бизнеса	<p>1.Правовые аспекты организации предприятий электронного бизнеса.</p> <p>2.Понятие электронного документа и электронно-цифровой подписи.</p> <p>3.Аутентификация контрагентов на основе технологии электронной цифровой подписи.</p> <p>4.Сертификационные центры.</p> <p>5.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.</p> <p>6.Разрешение споров в электронной коммерции.</p> <p>7.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)</p>
8.	Экономические вопросы организации электронного бизнеса	<p>1.Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса.</p> <p>2.Особенности инвестирования электронных предприятий.</p> <p>3.Интернет-инкубаторы и венчурные фонды.</p> <p>4.Структура затрат предприятий электронного бизнеса.</p> <p>5.Доходная часть предприятий электронного бизнеса.</p> <p>6.Основные экономические показатели эффективности деятельности.</p>

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

7.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Введение	Вопросы к занятиям. Тесты. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
2.	Планирование и организация электронного бизнеса	Вопросы к занятиям. Рефераты. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
3.	Бизнес-модели и организационные модели электронных предприятий	Вопросы к занятиям. Типовые задания. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
4.	Позиционирование электронного предприятия на глобальном рынке	Вопросы к занятиям. Типовые задания Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
5.	Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет	Вопросы к занятиям. Информационный проект. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
6.	Технологическая модель электронного предприятия	Вопросы к занятиям. Типовые задания Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
7.	Нормативно-правовая база взаимодействия организаций электронного	Вопросы к занятиям. Информационный проект Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи

	бизнеса	
8.	Экономические вопросы организации электронного бизнеса	Вопросы к занятиям. Типовые задания. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи

7.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Типовые вопросы

1. Что такое электронный бизнес?
2. Какие выгоды дает электронный бизнес компаниям?
3. Какие выгоды дает электронный бизнес потребителям?
4. Дайте определение электронного маркетинга
5. Что является объектом и субъектом маркетинговой деятельности на электронном рынке?
6. Назовите основные модели взаимодействия и организационные формы участников электронного рынка.
7. Что такое электронные торговые площадки? Какие функции реализуются с помощью торговых площадок?
8. В чем заключаются основные различия между секторами B2B и B2C?
9. Приведите примеры горизонтальных и вертикальных рынков B2B.
10. Могут ли услуги предлагаться в цифровом формате? Приведите пример.
11. Как можно классифицировать электронные товары?
12. Приведите примеры финансовых услуг на электронном рынке.
13. Какие требования предъявляются к электронным платежным системам?
14. Приведите примеры информационных услуг в сети Интернет
15. Как Интернет отличается от традиционных каналов маркетинговых коммуникаций?
16. Как оценивается эффективность баннерной рекламы?
17. Определите понятия «бренд» и «брендинг»?
18. Виды атак на сайты в Интернете, способы защиты.
19. Системы управления сайтами (CMS). Определение, классификация.
20. Поисковое продвижение сайта (SEO): принципы, схема работы поисковых машин.
21. Виды рекламы в Интернет: принципы оплаты, эффективность, применимость.
22. Программные платформы систем ЭБ. Операционные системы, СУБД, языки программирования, серверы приложений.
23. Перспективы развития электронного бизнеса. Основные тенденции.
24. Основные классы угроз информационной безопасности.
25. Причины, виды и каналы утечки информации.
26. Основные методы и средства защиты информационных систем.
27. Управление доступом к данным.
28. Использование биометрических данных при аутентификации пользователей.
29. Сущность Web-технологии.
30. Преимущества и ограничения глобальной сети Internet.
31. Основные службы и протоколы сети Internet.
32. Основные элементы Web.
33. Основные функции Web-сайта в профессиональной деятельности.
34. Требования к визуальному оформлению сайта.
35. Понятие Web-хостинга.
36. Разработка схемы навигации на Web-сайте.

37. Основные виды услуг Web-хостинга.
38. Роль и назначение модели DOM при создании Internet-приложений.
39. Понятие клиент-серверного взаимодействия в сети Internet.
40. Технологии организации взаимодействия с базами данных в Internet-приложениях.
41. Назначение и особенности использования языков программирования для Internet-приложений.
42. Понятие о гипертекстовом процессоре PHP.
43. Организация доступа к данным на Web-сайте.
44. Особенности применения JavaScript.
45. Основные службы и протоколы сети Internet.
46. Выявить недостатки организации Web-сайта.
47. Проследить цепочку интерактивного взаимодействия пользователя с Internet-приложением.
48. Пояснить на примере процесс взаимодействия пользователя с Internet-приложением в различных браузерах.
49. Разработать план и выработать стратегию разработки Internet-приложения.
50. Обосновать выбор типа сайта для профессиональной деятельности.
51. Выбрать оборудование и программное обеспечение для организации Web-сайта.
52. Разработать макет Web-сайта.
53. Отредактировать содержание и структуру Web-сайта с помощью приложений Windows.
54. Разработать веб-приложение, реализующее интерактивное меню.
55. Провести визуальное оформление Web-сайта.
56. Разработать схему навигации на Вашем Web-сайте.
57. Разработать веб-приложение, использующее внешние рисунки.
58. Провести визуальное оформление Web-сайта.
59. Виды взаимодействия клиент-серверных Internet-приложений.
60. Особенности организации электронных досок объявлений и платных служб в Internet.

Темы исследовательских, информационных, творческих проектов

Темы рефератов(эссе)

1. Что такое электронный бизнес?
2. Какие выгоды дает электронный бизнес компаниям?
3. Какие выгоды дает электронный бизнес потребителям?
4. Дайте определение электронного маркетинга
5. Что является объектом и субъектом маркетинговой деятельности на электронном рынке?
6. Назовите основные модели взаимодействия и организационные формы участников электронного рынка.
7. Что такое электронные торговые площадки? Какие функции реализуются с помощью торговых площадок?
8. В чем заключаются основные различия между секторами B2B и B2C?
9. Приведите примеры горизонтальных и вертикальных рынков B2B.
10. Могут ли услуги предлагаться в цифровом формате? Приведите пример.
11. Как можно классифицировать электронные товары?
12. Приведите примеры финансовых услуг на электронном рынке.
13. Какие требования предъявляются к электронным платежным системам?
14. Приведите примеры информационных услуг в сети Интернет
15. Как Интернет отличается от традиционных каналов маркетинговых коммуникаций?
16. Как оценивается эффективность баннерной рекламы?
17. Определите понятия «бренд» и «брендинг»?

18. Виды атак на сайты в Интернете, способы защиты.
19. Системы управления сайтами (CMS). Определение, классификация.
20. Поисковое продвижение сайта (SEO): принципы, схема работы поисковых машин.
21. Виды рекламы в Интернет: принципы оплаты, эффективность, применимость.
22. Программные платформы систем ЭБ. Операционные системы, СУБД, языки программирования, серверы приложений.
23. Перспективы развития электронного бизнеса. Основные тенденции.
24. Основные классы угроз информационной безопасности.
25. Причины, виды и каналы утечки информации.
26. Основные методы и средства защиты информационных систем.
27. Управление доступом к данным.
28. Использование биометрических данных при аутентификации пользователей.
29. Сущность Web-технологии.

Преимущества и ограничения глобальной сети Internet.

Типовые тесты

1. RFC это:

- 1) название стандартов, определяющих структуру информационных систем
- 2) название стандартов, определяющих работу Интернета
- 3) название стандартов, применяемых для систем управления сайтами

2. Какая организация разрабатывает RFC?

- 1) Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)
- 2) Internet Society (ISOC)
- 3) World Wide Web Consortium (W3C)

3. Какое из нижеприведенных требований не относится к открытому программному обеспечению?

- 1) Бесплатное распространение
- 2) Доступные исходные тексты
- 3) Возможность модификации отсутствует

4. Какой из нижеприведенных принципов не относится к открытому стандарту:

- 1) Доступность.
- 2) Наличие лицензионных отчислений
- 3) Отсутствие дискриминации

5. Что из нижеприведенного списка не относится к стандартам вычислительных сетей:

- 1) стандарты отдельных организаций
- 2) стандарты специальных комитетов и объединений, создаваемых несколькими фирмами
- 3) стандарты подразделений фирм

6. HTML это:

- 1) язык программирования
- 2) язык разметки документов
- 3) язык запросов данных

7. CSS это:

- 1) язык программирования
- 2) язык описания внешнего вида документа
- 3) язык запросов данных

8. Тег <HTML> </HTML> обозначает

- 1) начало и конец HTML-документа
- 2) раздел служебной информации HTML-документа
- 3) тело HTML-документа

9. Теги бывают:

- 1) блочные
- 2) строчные
- 3) одиночные
- 4) все ответы правильные
- 5) нет правильных ответов

10. Файл, содержащий HTML-код, должен иметь расширение

- 1) htm
- 2) docx
- 3) css
- 4) html
- 5) js

11. Составляющими электронного бизнеса является?

- 1) Электронная коммерция
- 2) Комплексная автоматизация деятельности предприятия

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

- 1) Почта
- 2) Электронная почта
- 3) Предоставление доступа к информационным услугам или каналам связи; импорт («скачивание»)
- 4) Собственная служба доставки

13. B2G - это модель взаимодействия?

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

14. B2B - это модель взаимодействия?

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

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

- 1) Модель традиционной экономики
- 2) Модель Интернет-экономики

16. Продукт – это товар, услуга, идея, которые приобретаются в обмен на:

- 1) идею.
- 2) благодарность.
- 3) деньги (или другие единицы ценности).
- 4) услугу.
- 5) подарок.

17. Под локальной вычислительной сетью понимают сеть?

- 1) включающую компьютеры, расположенные на небольшом расстоянии друг от друга;
- 2) корпоративную вычислительную сеть;
- 3) с одним сервером;

- 4) многотерминальную систему;
- 5) сеть Интернет.

18. Существует ли единый центр управления Интернетом?

- 1) нет;
- 2) да;
- 3) существует несколько центров.

19. Что представляет собой следующая комбинация цифр 195.34.32.11:

- 1) IP – адрес;
- 2) DNS – имя;
- 3) URL – ресурс;
- 4) ничего;

20. Электронные платежные системы должны обладать следующими качествами:

- 1) конфиденциальностью;
- 2) аутентификацией;
- 3) безопасностью;
- 4) всем вышеперечисленным.
- 5) нет правильного ответа

21. Что такое банер?

- 1) рекламный заголовок
- 2) небольшая прямоугольная картинка, на которой размещена реклама продукта
- 3) верного ответа нет

22. Электронная коммерция - это:

- 1) сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции
- 2) деятельность, главная цель которой, получение прибыли
- 3) автоматизация логических процессов

23. Что реализуется рекламой в Интернете?

- 1) банер
- 2) Интернет-магазин
- 3) спам
- 4) всё вышеперечисленное верно

24. К электронной коммерции относятся:

- 1) электронная почта
- 2) реклама
- 3) хостинг
- 4) корпоративные сайты

25. В последнее время для расчёта через Интернет стали использовать:

- 1) кредитные карты
- 2) цифровые деньги
- 3) наличные
- 4) специальные чеки

26. С2В – это модель взаимодействия?

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

27. С2С – это модель взаимодействия?

- 1) Потребитель-потребитель
- 2) Бизнес-потребитель
- 3) Потребитель-государство

- 4) Бизнес-государство
- 5) Бизнес-бизнес
- 6) Потребитель-бизнес

28. «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) Рассылки подписчикам
- 2) Спам
- 3) Геоконтекстная реклама
- 4) Контекстная реклама
- 5) Медийная реклама
- 6) Всплывающие окна

29. 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

30. Составляющими электронного бизнеса является?

- 1) Электронная коммерция
- 2) Комплексная автоматизация деятельности предприятия
- 3) Не один из вышеприведенных вариантов не является составляющим электронного бизнеса

4) Составляющими электронного бизнеса являются оба варианта

31. Виртуальная экскурсия по Эрмитажу - пример

- 1) услуги в цифровом формате;
- 2) электронного товара;
- 3) электронной услуги на физическом рынке;
- 4) цифрового товара.

32. Динамичное ценообразование означает, что

- 1) Информация о ценах обновляется при каждом новом запросе пользователя;
- 2) Возможность торговаться о цене с продавцом;
- 3) Установление своей цены для каждого сегмента рынка;
- 4) Назначение самой низкой цены в данной товарной категории.

33. Эффективность баннерной рекламы оценивается следующими параметрами:

- 1) количеством показов;
- 2) количеством проходов;
- 3) всем вышеперечисленным;
- 4) ничем из вышеперечисленного.

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

- 1) Медийная реклама
- 2) Контекстная реклама
- 3) Поисковая реклама
- 4) Геоконтекстная реклама
- 5) Спам
- 6) Рассылки подписчикам

35. Гиперссылка – это:

- 1) адрес файла в Сети Интернет;
- 2) URL – адрес;
- 3) фрагмент текста, выделенный другим цветом;
- 4) фрагмент текста или графическое изображение, указывающие на дополнительную порцию информации.

36. WWW – это:

- 1) универсальная система управления доступа к файлам в Интернет;
- 2) служба электронной почты;
- 3) служба Интернет, обеспечивающая обмен гипертекстовыми документами;
- 4) служба, отвечающая за доступ к данным по протоколу FTP

37. Какой из атрибутов HTML-элемента input делает элемент неактивным?

- 1) value
- 2) disabled
- 3) name
- 4) type

38. Какой из атрибутов HTML-элемента input управляет типом элемента (например checkbox или hidden)?

- 1) value
- 2) disabled
- 3) name
- 4) type

39. Какое свойство CSS позволяет указать толщину рамки/бордюра?

- 1) border-width
- 2) border-weight
- 3) border-size
- 4) border-radius

40. Для чего предназначено свойство CSS z-index:

- 1) Обычное позиционирование влево-вправо, вверх-вниз
- 2) Ни на что оно не влияет
- 3) Располагать элементы в определенном порядке, имитируя третье измерение, которое перпендикулярно экрану

Ключи к тестам

1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10
2	3	3	2	3	2	2	1	4	1, 4
11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.
1, 2	1,2,3,4	2	3	2	3	1	1	1	4
21.	22.	23.	24.	25.	26.	27.	28.	29.	30.
2	1	1	1, 2	2	6	1	3	6	4
31.	32.	33.	34.	35.	36.	37.	38.	39.	40.
1	1	3	2	4	3	2	4	1	3

7.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция);

2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

1.Требование к теоретическому устному ответу

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

2. Творческие задания

Эссе – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

Критерии оценивания - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка «*хорошо*» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции

Оценка «удовлетворительно» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если не выполнены никакие требования

3. Тестирование

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

Критерии оценивания – правильный ответ на вопрос

Оценка «отлично» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий

Оценка «хорошо» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий

10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

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

8.1 Основная учебная литература

1. 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>

2. Плиско А.В. Интернет-технологии для ведения бизнеса [Электронный ресурс]: методическое пособие для бакалавров по направлениям подготовки 43.03.02 Туризм, 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.03. «Управление персоналом»/ Плиско А.В.— Электрон. текстовые данные.— Симферополь: Университет экономики и управления, 2018.— 49 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86401.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>.

8.2 Дополнительная учебная литература:

4. Лихтенштейн, В. Е. Информационные технологии в бизнесе. Том 2. Применение системы Decision в решении прикладных экономических задач : учебное пособие / В. Е. Лихтенштейн, Г. В. Росс. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 420 с. — ISBN 978-5-4486-0283-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/73872.htm>
5. Кобелев, О. А. Электронная коммерция : учебное пособие / О. А. Кобелев ; под редакцией С. В. Пирогов. — М. : Дашков и К, 2017. — 684 с. — ISBN 978-5-394-01738-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/60477.html>
6. Быстренина, И. Е. Электронная коммерция : учебное пособие / И. Е. Быстренина. — 2-е изд. — М. : Дашков и К, 2019. — 90 с. — ISBN 978-5-394-03372-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85492.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/>
3. Информационно-коммуникационные технологии в образовании: федеральный образовательный портал <http://ict.edu.ru/>
4. Интернет-университет информационных технологий (ИНТУИТ.ру) <http://www.intuit.ru/>
5. Информатика и ИКТ в образовании <http://www.rusedu.info>
6. Тесты по информатике и информационным технологиям <http://www.junior.ru/wwwexam/>
7. Федеральный центр информационных образовательных ресурсов http://fcior.edu.ru/catalog/osnovnoe_obshee/

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. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016
2. Семейство ОС Microsoft Windows
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом

4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (Информационный комплекс)
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (ЭПС «Система ГАРАНТ»)
6. Антивирусная система NOD 32
7. Adobe Reader. Лицензия проприетарная свободно-распространяемая.
8. Электронная система дистанционного обучения АНОВО «Московский международный университет». <https://elearn.interun.ru/login/index.php>

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

1. компьютеры персональные для преподавателей с выходом в сети Интернет;
2. наушники;
3. вебкамеры;
4. колонки;
5. микрофоны.

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 онлайнрежиме 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 студентов-инвалидов и студентов 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.