

Рабочая программа дисциплины

Электронный бизнес и Интернет-технологии

<i>Направление подготовки</i>	Бизнес-информатика
<i>Код</i>	38.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Информационные системы и технологии в управлении бизнесом
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

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

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Общепрофессиональные	-	ОПК-3
Общепрофессиональные	-	ОПК-5

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенция	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3	Способен управлять процессами создания и использования продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий, в том числе разрабатывать алгоритмы и программы для их практической реализации;	ОПК-3.1. Знает понятие, виды и особенности продуктов и услуг в сфере ИКТ; основы алгоритмизации, современные методологии разработки программных средств; этапы разработки программных средств; методы обеспечения информационной безопасности ОПК-3.2. Умеет разрабатывать алгоритмы и программы для практической реализации продуктов и услуг в сфере ИКТ ОПК-3.3. Владеет методами управления процессами создания и использования продуктов и услуг в сфере ИКТ, в частности, навыками разработки алгоритмов и программ для их практической реализации
ОПК-5	Способен организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий;	ОПК-5.1. Знает основы деловой этики, технологии представления информации, в частности, подготовки и проведения презентаций, модели жизненного цикла информационных систем; регламенты для организации управления процессами жизненного цикла информационных систем; способы организации взаимодействия с заказчиками и потенциальными заказчиками ИТ-проектов. ОПК-5.2. Умеет организовывать взаимодействие с клиентами и партнёрами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и ИКТ ОПК-5.3. Владеет навыками проведения презентаций, переговоров, публичных выступлений; навыками организационного обеспечения выполнения работ на всех стадиях жизненного цикла информационных систем и ИКТ

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	ОПК-3		
	- Методологии управления ИТ-проектами (Agile, Scrum, Waterfall) и принципы жизненного цикла продуктов ИКТ. - Основы алгоритмизации и программирования, включая языки (Python, Java, SQL) и структуры данных для разработки ИКТ-решений. - Правовые и экономические аспекты создания и коммерциализации ИКТ-услуг (лицензирование, MVP, монетизация).	- Разрабатывать алгоритмы и программы для автоматизации бизнес-процессов, используя современные инструменты (JIRA, Git, IDE). - Управлять командой разработки: ставить задачи, контролировать сроки, оценивать риски и качество продукта. - Анализировать потребности бизнеса и трансформировать их в ИКТ-решения, включая MVP-тестирование и доработку.	- Навыками программирования для реализации ИКТ-продуктов (написание кода, отладка, интеграция с API). - Методами управления проектами (Roadmap, User Stories, KPI) и ПО (Trello, Asana, Figma). - Техниками презентации и продвижения ИКТ-услуг (pitch-доки, А/В-тестирование, метрики юзабилити).
Код компетенции	ОПК-5		
	- Принципы клиентоориентированного подхода в ИТ-сфере, включая методы выявления потребностей заказчиков и стейкхолдеров. - Методологии управления жизненным циклом ИС (ITIL, DevOps) и особенности взаимодействия на разных этапах (анализ, разработка, сопровождение). - Основы деловой коммуникации и правовые аспекты	- Организовывать эффективное взаимодействие между командой разработчиков, заказчиками и партнерами, используя инструменты (Jira, Confluence, CRM-системы). - Управлять ожиданиями клиентов: проводить презентации решений, согласовывать требования, минимизировать конфликты.	- Навыками ведения переговоров и подготовки коммерческих предложений для ИТ-проектов. - Техниками работы с возражениями и методами построения долгосрочных партнерских отношений. - Инструментами документирования процессов взаимодействия (SOW, технические задания, отчеты по этапам).

	партнерских отношений (договоры, SLA, NDA).	- Анализировать обратную связь от пользователей и партнеров для доработки ИКТ-продуктов и улучшения сервиса.	
--	---	--	--

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Электронный бизнес и Интернет-технологии» относится к обязательной части учебного плана ОПОП.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Информационно-правовые системы», «Информационные системы и технологии», «Безопасность в сфере электронных платежей», «Интернет вещей», «Основы цифровизации».

Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные и общекультурные компетенции в профессиональной деятельности.

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: научно-исследовательский, производственно-технологический, организационно-управленческий, проектный.

Профиль (направленность) программы установлена путем ее ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Информационные системы и технологии в управлении бизнесом.

5. Объем дисциплины

Виды учебной работы	Формы обучения	
	очная форма	очно-заочная форма
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	4/144	4/144
Контактная работа:		
Занятия лекционного типа	36	12
Занятия семинарского типа	36	24
Промежуточная аттестация: зачет	0,1	0,1
Самостоятельная работа (СРС)	71,9	107,9

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)		
		Контактная работа		Самост. оятельн
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	

		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные работы	Иные	ая работа
1.	Теоретические основы электронного бизнеса и интернет технологии	5			5			10
2.	Стандарты электронного бизнеса и интернет технологий	5			5			10
3.	Системы электронного бизнеса и интернет технологий	5			5			10
4.	Управление проектами в электронном бизнесе и интернет технологиях	5			5			10
5.	Электронный рынок и модели взаимодействия его участников	5			5			10
6.	Электронные платежные системы	5			5			10
7.	Основы электронного маркетинга	6			6			11,9
	Промежуточная аттестация	0,1						
	Итого	36			36			71,9

6.1.2 Очно-заочная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самост оятельн ая работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебны е заняти я	Практи ческие занятия	Семина ры	Лабора торные работы	Иные	
1.	Теоретические основы электронного бизнеса и интернет технологии	1			2			15

2.	Стандарты электронного бизнеса и интернет технологий	1			2			15
3.	Системы электронного бизнеса и интернет технологий	1			2			15
4.	Управление проектами в электронном бизнесе и интернет технологиях	1			2			15
5.	Электронный рынок и модели взаимодействия его участников	2			4			15
6.	Электронные платежные системы	2			4			15
7.	Основы электронного маркетинга	4			8			17,9
	Промежуточная аттестация	0,1						
	Итого	12			24			107,9

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Теоретические основы электронного бизнеса и интернет технологии	Бизнес и экономическое окружение. Поведение компаний на рынке. Информационная революция и ее влияние на экономику и бизнес. Три фактора, определяющие значение Интернет для бизнеса. Новая экономика: характерные особенности. Трансформация моделей бизнеса. Взаимное влияние развития информационных технологий и процессов в экономике. Определение понятий «электронный бизнес» и электронная коммерция». Стратегии компаний на электронном рынке.
2.	Стандарты электронного бизнеса и интернет технологий	Использование открытых стандартов в Интернет. Международные стандартизирующие органы ICANN, W3C. Роль открытых стандартов в развитии Сети, программное обеспечение с открытым исходным кодом. Проблемы внедрения новых стандартов в Интернет. Стандарты и совместимость программного обеспечения.
3	Системы электронного бизнеса и интернет технологий	Эволюция интерфейсов в информационных системах: текстовые, графические, веб-интерфейсы. Особенности проектирования веб-интерфейсов. Возможности HTML, новые технологии создания веб-интерфейсов. Удобство пользования (usability) и интерфейсы: основные подходы к аудиту.

4	Управление проектами в электронном бизнесе и интернет технологиях	Особенности управления проектами в области электронного бизнеса. Методика гибкого управления проектами и сравнение с традиционным подходом.
5	Электронный рынок и модели взаимодействия его участников	Структура электронного рынка, модели взаимодействия его участников. Организационные формы электронного рынка. Технологии электронного бизнеса. Корпоративные сайты и порталы. Электронные торговые площадки. Классификация электронных торговых площадок. Каталоги on-line. Аукционы. Биржи. Сообщества. Компании-провайдеры решений в области электронного бизнеса. Характеристика B2C сегмента электронного рынка. Характеристика B2B сегмента электронного рынка. Горизонтальные и вертикальные модели электронного рынка B2B. Статические и динамические модели электронного рынка B2B.
6	Электронные платежные системы	Электронные платежи как вид электронных услуг. Основные формы и методы электронных платежей в мире и в России. Электронные деньги. Системы, использующие кредитные карты. Электронные чеки и переводы.
7	Основы электронного маркетинга	Современные концепции маркетинга. Изменение маркетинговой парадигмы, усиление роли потребителя в бизнес-моделях маркетинга. Необходимость и возможность индивидуального и персонализированного подхода к потребителю. Маркетинг отношений. Определение понятия «электронный маркетинг». Комплекс электронного маркетинга. Интернет как канал распределения.

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Теоретические основы электронного бизнеса и интернет технологии	1. Каковы основные этапы развития Интернет? 2. Опишите возможные перспективы развития Интернет. 3. Как интернет-технологии стали применимыми в бизнесе, какие свойства Интернет этому способствовали?
2.	Стандарты электронного бизнеса и интернет технологий	3. Что такое открытые стандарты? Какие еще типы стандартов бывают? 4. Роль открытых стандартов в Интернет. Опишите экономический и социальный эффект от программного обеспечения с открытым исходным кодом.
3.	Системы электронного бизнеса и интернет технологий	1. Какая основная цель применения веб-интерфейсов в ИС?

		2.Какие достоинства и недостатки можно назвать у применения веб-интерфейсов? 3.Назовите 3 системы, использующие веб-интерфейс, чем обусловлено решение о таком виде интерфейса?
4.	Управление проектами в электронном бизнесе и интернет технологиях	1.Чем архитектура веб-приложений отличается от традиционных? 2.Какие возможности предоставляют веб-технологии в рамках разработки распределенных ИС? 3.Объясните идеологию мобильных пользователей и эффект для бизнеса.
5.	Электронный рынок и модели взаимодействия его участников	1.Определите структуру электронного рынка и основные модели взаимодействия его участников. 2.Какие организационные формы электронного рынка Вы знаете? 3.Приведите классификацию электронных торговых площадок. 4.Характеристика B2C сегмента электронного рынка.
6.	Электронные платежные системы	1. Назовите основные формы и методы электронных платежей в мире и в России. 2. Что такое электронные деньги? 3. Перечислите известные Вам системы, использующие кредитные карты. 4. Что такое электронные чеки и переводы?
7.	Основы электронного маркетинга	1. Что такое комплекс электронного маркетинга? 2. Приведите примеры электронных товаров и услуг. 3. Особенности ценообразования в Интернет. 4. Особенности Интернет как канала распределения. 5. Дайте общую характеристику маркетинговых коммуникаций в Интернет. 6. Реклама в Интернет - общая характеристика.

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Теоретические основы электронного бизнеса и интернет технологии	Основные этапы развития Интернет. Реферирование литературы Работа со справочными материалами Работа с Интернет-ресурсами Индивидуальные творческие задания Подготовка презентации
2.	Стандарты электронного бизнеса и интернет технологий	Экономический и социальный эффект от программного обеспечения с открытым исходным кодом. Реферирование литературы Работа со справочными материалами Работа с Интернет-ресурсами Подготовка расчетно-графической работы

3.	Системы электронного бизнеса и интернет технологий	Системы, использующие веб-интерфейс Реферирование литературы Работа со справочными материалами Работа с Интернет-ресурсами Подготовка расчетно-графической работы
4.	Управление проектами в электронном бизнесе и интернет технологиях	Возможности веб-технологии в рамках разработки распределенных ИС. Реферирование литературы Работа со справочными материалами Работа с Интернет-ресурсами Индивидуальные творческие задания Подготовка презентации
5.	Электронный рынок и модели взаимодействия его участников	Организационные формы электронного рынка Работа со справочными материалами Работа с Интернет-ресурсами Подготовка расчетно-графической работы
6.	Электронные платежные системы	Основные формы и методы электронных платежей в мире и в России. Работа со справочными материалами Работа с Интернет-ресурсами Подготовка расчетно-графической работы
7.	Основы электронного маркетинга	Особенности Интернет как канала распределения. Реферирование литературы Работа со справочными материалами Работа с Интернет-ресурсами Подготовка презентации

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	Теоретические основы электронного бизнеса и интернет технологии	Вопросы к занятию, практические задания различной степени сложности, подготовка и защита информационного проекта (презентации), тесты.
2	Стандарты электронного бизнеса и интернет технологий	Вопросы к занятию, подготовка и защита информационного проекта (презентации), тесты.
3	Системы электронного бизнеса и интернет технологий	Вопросы к занятию, практические задания
4	Управление проектами в электронном бизнесе и интернет технологиях	Вопросы к занятиям, практические задания различной степени сложности, проблемно-аналитические задания
5	Электронный рынок и модели взаимодействия его участников	Вопросы к занятию, практические задания различной степени сложности
6	Электронные платежные системы	Вопросы к занятию, практические задания различной степени сложности
7	Основы электронного маркетинга.	Вопросы к занятиям, практические задания различной степени сложности

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

8.1. Основная учебная литература

1. Катаев, А. В. Технологии маркетинга в интернет-среде : учебное пособие / А. В. Катаев, И. А. Названова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2024. — 146 с. — ISBN 978-5-9275-4644-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/149683.html>
2. Интеллектуальные технологии трансформации бизнес-моделей : учебное пособие / С. В. Кругликов, А. В. Блинков, К. В. Збыковский, С. В. Утемов ; под редакцией С. В. Кругликова. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2022. — 100 с. — ISBN 978-5-7996-3483-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/156935.html>
3. Милютин, Е. М. Электронный бизнес : методическое пособие / Е. М. Милютин. — Брянск : Брянский государственный аграрный университет, 2022. — 33 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138275.html>

8.2. Дополнительная учебная литература

1. Герштейн, Ю. М. Информационные технологии моделирования бизнес-процессов : конспект лекций / Ю. М. Герштейн. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2020. — 116 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115841.html>
2. Николаенко, В. С. Технологии бизнес-аналитики : методические указания к практическим занятиям и организации самостоятельной работы для студентов направления «Бизнес-информатика» (уровень бакалавриата) / В. С. Николаенко. — Томск : Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2023. — 261 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/144143.html>
3. Тюленева, Т. А. Информационные технологии в профессиональной деятельности : учебное пособие / Т. А. Тюленева. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2026. — 275 с. — ISBN 978-5-4497-5459-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/160533.html>

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

1. 1. Федеральный портал «Российское образование». <http://www.edu.ru/>
2. Электронно-библиотечная система IPR BOOKS <https://www.iprbookshop.ru/>

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

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

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

- работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
- внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
- выполнение самостоятельных практических работ;
- 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 с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение различных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии.

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:

- Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
- Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
- Время непосредственно перед экзаменом лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене (зачете) 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. Microsoft Windows Server;
2. Семейство ОС Microsoft Windows;
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);

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 образовательной программой, 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:

Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom.

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:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

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

На учебных занятиях используются технические средства обучения – проектор, ноутбук, проекционный экран, колонки для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

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.

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

Электронный бизнес и Интернет-технологии

<i>Направление подготовки</i>	Бизнес-информатика
<i>Код</i>	38.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Информационные системы и технологии в управлении бизнесом
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

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

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Общепрофессиональные	-	ОПК-3
Общепрофессиональные	-	ОПК-5

2.Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенция	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-3	Способен управлять процессами создания и использования продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий, в том числе разрабатывать алгоритмы и программы для их практической реализации;	ОПК-3.1. Знает понятие, виды и особенности продуктов и услуг в сфере ИКТ; основы алгоритмизации, современные методологии разработки программных средств; этапы разработки программных средств; методы обеспечения информационной безопасности ОПК-3.2. Умеет разрабатывать алгоритмы и программы для практической реализации продуктов и услуг в сфере ИКТ ОПК-3.3. Владеет методами управления процессами создания и использования продуктов и услуг в сфере ИКТ, в частности, навыками разработки алгоритмов и программ для их практической реализации
ОПК-5	Способен организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий;	ОПК-5.1. Знает основы деловой этики, технологии представления информации, в частности, подготовки и проведения презентаций, модели жизненного цикла информационных систем; регламенты для организации управления процессами жизненного цикла информационных систем; способы организации взаимодействия с заказчиками и потенциальными заказчиками ИТ-проектов. ОПК-5.2. Умеет организовывать взаимодействие с клиентами и партнёрами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и ИКТ ОПК-5.3. Владеет навыками проведения презентаций, переговоров, публичных выступлений; навыками организационного обеспечения выполнения работ на всех стадиях жизненного цикла информационных систем и ИКТ

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	ОПК-3		
	- Методологии управления ИТ-проектами (Agile, Scrum, Waterfall) и принципы жизненного цикла продуктов ИКТ. - Основы алгоритмизации и программирования, включая языки (Python, Java, SQL) и структуры данных для разработки ИКТ-решений. - Правовые и экономические аспекты создания и коммерциализации ИКТ-услуг (лицензирование, MVP, монетизация).	- Разрабатывать алгоритмы и программы для автоматизации бизнес-процессов, используя современные инструменты (JIRA, Git, IDE). - Управлять командой разработки: ставить задачи, контролировать сроки, оценивать риски и качество продукта. - Анализировать потребности бизнеса и трансформировать их в ИКТ-решения, включая MVP-тестирование и доработку.	- Навыками программирования для реализации ИКТ-продуктов (написание кода, отладка, интеграция с API). - Методами управления проектами (Roadmap, User Stories, KPI) и ПО (Trello, Asana, Figma). - Техниками презентации и продвижения ИКТ-услуг (pitch-доки, А/В-тестирование, метрики юзабилити).
Код компетенции	ОПК-5		
	- Принципы клиентоориентированного подхода в ИТ-сфере, включая методы выявления потребностей заказчиков и стейкхолдеров. - Методологии управления жизненным циклом ИС (ITIL, DevOps) и особенности взаимодействия на разных этапах (анализ, разработка, сопровождение). - Основы деловой коммуникации и правовые аспекты	- Организовывать эффективное взаимодействие между командой разработчиков, заказчиками и партнерами, используя инструменты (Jira, Confluence, CRM-системы). - Управлять ожиданиями клиентов: проводить презентации решений, согласовывать требования, минимизировать конфликты.	- Навыками ведения переговоров и подготовки коммерческих предложений для ИТ-проектов. - Техниками работы с возражениями и методами построения долгосрочных партнерских отношений. - Инструментами документирования процессов взаимодействия (SOW, технические задания, отчеты по этапам).

	партнерских отношений (договоры, NDA).	SLA,	- Анализировать обратную связь от пользователей и партнеров для доработки ИКТ-продуктов и улучшения сервиса.	
--	--	------	--	--

3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

4.

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”.

При ответе на вопросы в рамках прохождения промежуточной аттестации (зачет/ зачет с оценкой/ экзамен) допускается вольная формулировка ответа, по смыслу

раскрывающая содержание ответа, указанного в фонде оценочных средств, в качестве верного ответа.

4. Типовые контрольные задания (закрытого, открытого и иного типа) для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине.

ТЕСТИРОВАНИЕ
5 СЕМЕСТР (очная форма обучения)
6 СЕМЕСТР (очно-заочная форма обучения)
ОПК-3

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 сколь угодно 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

5 СЕМЕСТР (очная форма обучения)
6 СЕМЕСТР (очно-заочная форма обучения)
ОПК-5

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

21. 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)**

22. C2B – это модель взаимодействия?

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

(6) Потребитель-бизнес

23. Как расшифровывается аббревиатура PPC, обозначающая тип рекламы?

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

24. 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

25. 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.

26. 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.

27. 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

28. 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

29. 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

30. 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

31. 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

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

(1) интернет-маркетинг

(2) мерчендазинг

(3) хостинг

(4) ретаргетинг

33. 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