Приложение 5

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Кафедра экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Т. М. Кожевникова
«17» июня 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.03.25 Модели электронной коммерции

Направление подготовки/специальность: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль/направленность/специализация: Менеджмент организации

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2023

Тамбов, 2026

Автор программы:
Кандидат экономических наук, доцент Горбунова Ольга Николаевна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент (уровень бакалавриата) (приказ Министерства науки и высшего образования РФ от «12» августа 2020 г. № 970).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры экономики и управления «16» июня 2026 г. Протокол № 11

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий, Протокол от «17» июня 2026 г. № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины…… 4

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата……. 14

3. Объем и содержание дисциплины…… 14

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства…… 21

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)…….. 34

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины…… 36

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы……. 37

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- информационно-аналитический
- организационно-управленческий

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сферах: 07 Административно-управленческая и офисная деятельность, 08 Финансы и экономика

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Проектирует траекторию своего профессионального роста и личностного развития, расширяет свой профессиональный кругозор: приобретает и использует на практике базовые знания, умения и навыки из различных сфер профессиональной деятельности, в том числе в сфере принятия управленческих решений с применением электронной коммерции

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения													
		Очная (семестр)							Очно-заочная (семестр)						
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
1	Адаптивная физическая культура в санаторно-курортной системе		+							+					
2	Адаптивная физическая культура в системе здравоохранения			+							+				
3	Адаптивная физическая культура в системе образования				+							+			
4	Аналитическое чтение			+							+				

5	Бизнес-планирование в АльтИнвест				+							+			
6	Биология развития человека в норме и патологии				+							+			
7	Брендинг				+							+			
8	Бухгалтерский учет в кредитных организациях					+							+		
9	B2B-маркетинг: аналитика и результативное управление						+							+	
10	Введение в звукорежиссуру		+							+					
11	Введение в проектную деятельность		+							+					
12	Введение в психологию кризисных состояний и отклоняющегося поведения		+							+					
13	Виды, методы и технологии в профайлинге			+							+				
14	Вожатский практикум				+							+			
15	Восстановление истории семьи по открытым информационным базам данных				+							+			
16	Генетика человека		+							+					
17	Геополитика и политическая география		+							+					
18	Двигательный режим (инструктор по физической культуре)				+							+			
19	Девальвация нормы психического и личностного развития: причины и последствия				+							+			
20	Демографические и миграционные процессы			+							+				
21	Диагностика и психологические технологии профилактики отклоняющегося поведения				+							+			

22	Документирование деятельности кадровой службы			+							+				
23	Документирование трудовых отношений				+							+			
24	Запись голоса и инструментов в студии звукозаписи			+							+				
25	Зарубежная литература и вызовы современности				+							+			
26	Здоровье-формирующие технологии в образовательной среде		+							+					
27	Игровые технологии			+							+				
28	Институт семьи в современном обществе		+							+					
29	Интернет-аналитика – основа продвижения современного предприятия			+							+				
30	Как любить ребенка: эмоциональный компонент родительского отношения			+							+				
31	Коммуникация и коммуникативная компетентность		+							+					
32	Комплаенс в системе обеспечения безопасности бизнеса				+							+			
33	Комплексная экономическая безопасность бизнеса			+							+				
34	Контроль за исполнением ремонтов в многоквартирных домах			+							+				
35	Коучинг эффективного общения. Техники развития эмоционального интеллекта			+							+				
36	Кредитование физических лиц		+							+					
37	Критический инструментарий для принятия решений и аргументация				+							+			

38	Культивирование микроорганизмов				+							+			
39	Лингвистическая экспертиза спорных текстов				+							+			
40	Литература русского зарубежья			+							+				
41	Личное планирование и управление рабочим временем			+							+				
42	Менеджмент карьеры: как стать успешным руководителем			+							+				
43	Методика организаций массовых туристских мероприятий: соревнования, слеты, походы				+							+			
44	Методика организаций экскурсий и экскурсионных туров			+							+				
45	Методика составления родословной			+							+				
46	Методы анализа информационных потребностей посетителей сайта							+							+
47	Методы изучения повседневности		+							+					
48	Методы изучения семьи				+							+			
49	Механизмы протекания органических реакций			+							+				
50	Мир современного искусства: постмодернистский проект		+							+					
51	Моделирование инвестиционного портфеля клиента							+							+
52	Молекулярная микробиология и вирусология		+							+					
53	Молекулярно-биологические основы поведения и зависимостей		+							+					
54	Мотивация в коучинге				+							+			

55	Налогообложение бизнеса			+							+				
56	Нормы и правила современного этикета				+							+			
57	Нормы языкового общения в условиях виртуальной среды			+							+				
58	Общая физиология микроорганизмов			+							+				
59	Оперативная психодиагностика личности				+							+			
60	Организационно-правовые основы деятельности некоммерческих организаций		+							+					
61	Организация работы с детьми				+							+			
62	Организация работы с семьей			+							+				
63	Организация работы спортивного судьи по избранному виду спорта			+							+				
64	Организация развивающей предметно-пространственной среды				+							+			
65	Основные приемы эффективной работы с информацией			+							+				
66	Основы аргументации				+							+			
67	Основы биржевого дела				+							+			
68	Основы видеоблогинга				+							+			
69	Основы визуальной психодиагностики и профайлинга		+							+					
70	Основы деловой коммуникации на иностранном языке		+							+					
71	Основы конфликтологии			+							+				
72	Основы копирайтинга			+							+				
73	Основы коучинга		+							+					
74	Основы логики		+							+					
75	Основы логопедии		+							+					
76	Основы организации работы с молодежью		+							+					
77	Основы правильного питания			+							+				

78	Основы предоставления жилищно-коммунальных услуг населению		+							+					
79	Основы рекламы		+							+					
80	Основы рекреалогии		+							+					
81	Основы современных методов физического анализа вещества				+							+			
82	Основы судебной лингвистической экспертизы			+							+				
83	Основы управления документацией		+							+					
84	Основы управления персоналом		+							+					
85	Основы физиологии и гигиены детей		+							+					
86	Основы эффективного менеджмента			+							+				
87	Оценка VBM-менеджмента						+							+	
88	Оценка бренда компании							+							+
89	Оценка кредитоспособности заемщика						+							+	
90	Оценка стоимости и управление портфелем бизнеса					+							+		
91	Педагогический артистизм		+							+					
92	Педагогический дизайн технологий обучения				+							+			
93	Письменный перевод документов физических лиц			+							+				
94	Письменный перевод документов юридических лиц				+							+			
95	Поведение в публичных местах			+							+				
96	Поведение потребителей и коммуникативная политика			+							+				
97	Повседневные разговоры				+							+			
98	Познание себя через практическую психологию			+							+				
99	Познание себя через психодиагностику		+							+					

100	Понятие психологической травмы в современной психологии		+							+					
101	Посттравматическое личностное развитие: приговор или точка личностного роста			+							+				
102	Практикум по игровым технологиям				+							+			
103	Практикум по организации логопедической работы в дошкольном образовательном учреждении				+							+			
104	Проблема смысла жизни и ценности в философии			+							+				
105	Программирование на языке Python. Базовый курс		+							+					
106	Программирование на языке Python. Продвинутый курс			+							+				
107	Программирование на языке Python. Разработка веб-приложений с использованием Flask				+							+			
108	Проектный семинар			+	+	+	+				+	+	+	+	
109	Психика и мозг		+							+					
110	Психология благополучия, или психология счастливого человека				+							+			
111	Психология девиантной личности			+							+				
112	Психология детства		+							+					
113	Психология игры		+							+					
114	Психология креативности			+							+				
115	Психология критического мышления		+							+					
116	Психология молодости и зрелости				+							+			

117	Психология подросткового и юношеского возраста			+							+				
118	Психология раннего возраста			+							+				
119	Психология творческого саморазвития		+							+					
120	Психология управления персоналом			+							+				
121	Психофизиологические основы поведения и когнитивных функций			+							+				
122	Публичная служба в системе государственного и муниципального управления				+							+			
123	Развитие лидерского потенциала руководителя				+							+			
124	Родословно-биографическое краеведение		+							+					
125	Русская писательская критика XIX-XXI веков		+							+					
126	Самоменеджмент: методики и технологии				+							+			
127	Саморазвитие и актерское мастерство				+							+			
128	Сведение и мастеринг в студии звукозаписи				+							+			
129	Сегментирование рынка и изучение потребительских предпочтений					+							+		
130	Современная химия и окружающая среда		+							+					
131	Современные инструменты личной эффективности		+							+					
132	Современные информационные технологии в бизнесе					+							+		
133	Современные маркетинговые технологии		+							+					

134	Современные методы химического анализа в криминалистике				+							+			
135	Современные молекулярно-биологические и микробиологические методы в криминалистике			+							+				
136	Современные подходы к персональному менеджменту		+							+					
137	Современные экологические проблемы		+							+					
138	Создание интернет-ресурсов для бизнеса						+							+	
139	Социальные сети как коммуникационные каналы		+							+					
140	Стандартизация и управление качеством в ресторанном и гостиничном бизнесе				+							+			
141	Стартап «Art-развитие», применение методов арт-терапевтической работы в социальном проекте				+							+			
142	Стартап через социальные проекты в некоммерческой организации			+							+				
143	Стартап: идея с нуля		+							+					
144	Стартап: от идеи к MVP			+							+				
145	Стартап: практика создания собственного бизнеса				+							+			
146	Стратегии и правила безопасного инвестирования на финансовых рынках		+							+					
147	Стратегический маркетинг				+							+			
148	Страхование личности			+							+				
149	Стресс-менеджмент и эффективное взаимодействие				+							+			

150	Текст и дискурс в Интернете				+							+			
151	Теоретико-методические основы вожатской деятельности		+							+					
152	Теория и практика судейства по видам Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «ГТО»				+							+			
153	Теория и практика судейства по избранному виду спорта		+							+					
154	Технологии вожатской деятельности			+							+				
155	Технологии делового общения		+							+					
156	Технологии коррекции речевых нарушений у детей дошкольного возраста			+							+				
157	Технологии медиации в разрешении конфликтных ситуаций				+							+			
158	Технологии развития высших психических функций			+							+				
159	Технологии рефлексивно-творческого саморазвития			+							+				
160	Технология и организация гостинично-ресторанного комплекса			+							+				
161	Технология и организация коммерческой деятельности торгового предприятия		+							+					
162	Тренинг «Майнд-фитнес»				+							+			
163	Управление в социальной сфере			+							+				
164	Управление общественными отношениями		+							+					
165	Управление продажами							+							+

166	Управляющий рестораном: карьера, развитие и компетенции		+							+					
167	Формирование ассортимента и управление товарными запасами			+							+				
168	Функциональная составляющая эффективного менеджмента				+							+			
169	Цифровая культура	+	+						+	+					
170	Цифровой маркетинг и SEO			+							+				
171	Экология атмосферы			+							+				
172	Экология гидросферы				+							+			
173	Экономико-правовые аспекты создания и развития собственного бизнеса		+							+					
174	Экспертиза и оценка качества товаров				+							+			
175	Электронный бизнес. Электронная коммерция		+							+					
176	Энергоэффективность и энергосбережение в жилищной сфере				+							+			
177	Этнокультурные регионы мира				+							+			
178	Язык как объект судебной экспертизы		+							+					
179	Языковая личность в виртуальном пространстве		+							+					

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Модели электронной коммерции» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент.

Дисциплина «Модели электронной коммерции» изучается в 4 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 2 з.е.

Очная: 2 з.е.

Очно-заочная: 2 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Очно-заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	**72**	**72**
Контактная работа	32	24

Лекции (Лекции)	16	12
Практические (Практ. раб.)	16	12
Самостоятельная работа (СР)	40	48
Зачет	-	-

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	О-З	О	О-З	О	О-З	
4 семестр								
1	Предмет и задача дисциплины "Модели электронной коммерции"	2	2	2	2	6	8	Опрос
2	Инновационные бизнес-модели. Четыре типа бизнес-моделей: продуктовая, модель решений, посредническая, мульти модель.	2	2	2	2	6	8	Опрос; Практическое задание
3	Способы описания(построения) бизнес-моделей. Канва Остервальдера-Пинье.	2	2	2	2	6	8	Опрос; Реферат
4	Создание проекта деятельности в Интернет. Экономическая эффективность сетей типа Интернет.	4	2	4	2	6	8	Опрос
5	Маркетинговые исследования в Интернете. Система маркетинга в среде Интернет как модель бизнеса.	2	2	2	2	6	8	Опрос
6	Интернет-исследования рынков, конкурентов, потребителей.	4	2	4	2	10	8	Тестирование

Тема 1. Предмет и задача дисциплины "Модели электронной коммерции" (УК-6)

Лекция.

Основные понятия: Интернет, сетевая экономика, электронный бизнес, электронная коммерция, модели бизнеса в интернет. Экономика информационных сетей. Модели коммуникации сетевой экономики. Основные модели сетевой экономики, способы их построения. типология бизнес-моделей. Связь моделей с инструментами аналитики бизнеса в интернет-среде. Сетевая экономика как одна из сетевых форм организации социально-экономической деятельности в рамках модели рыночной экономики с высоким уровнем информатизации, основанной на активном использовании хозяйствующими субъектами информационно-коммуникационных технологий и глобальной электронной сети Интернет в процессах общественного воспроизводства. Сетевая экономика как организационная составляющая, как информационной экономики, так и экономики, основанной на знаниях. Сегменты электронного бизнеса, понятие электронный бизнес: основные понятия; инфраструктура Интернет-экономики. Основные структурные блоки бизнес-модели: клиент (кто наши целевые клиенты, целевая аудитория); ценностное предложение (что мы предлагаем клиентам?); цепочка создания стоимости (как мы создаем свои продукты?); механизм извлечения прибыли (почему компания генерирует прибыль?). Пять необходимых компонентов бизнес-модели: порядок важности для достижения успеха в бизнесе. Источники и инструменты получения информации о каждом сегменте в модели.

Практическое занятие.

1. Перечислите пять необходимых компонентов бизнес-модели.
2. Канва Остервальдера-Пинье: структура, компоненты, связи.
3. Финансово-экономическая модель бизнеса.
4. Интернет-экономика: основные понятия Интернет-экономики; инфраструктура.
5. Сегменты сетевой экономики.
6. Как мы формулируем потребительскую ценность?
7. Какие могут быть типы взаимоотношений с потребителями?
8. Какие формы поступления доходов можно использовать при создании модели?
9. Как выбрать каналы сбыта?
10. Как определить структуру издержек?

Задания для самостоятельной работы.

1. Основные структурные блоки бизнес-модели
2. Почему сейчас важно обладать навыками бизнес-моделирования?
3. На примере конкретной компании выделите пять необходимых компонентов бизнес-модели, опишите их.

Тема 2. Инновационные бизнес-модели. Четыре типа бизнес-моделей: продуктовая, модель решений, посредническая, мульти модель. (УК-6)

Лекция.

Бизнес-модель компании как логическое и схематическое объяснение структуры построения бизнеса, выявление опорных моментов и показателей, которые будут успешными в деятельности компании. Типология бизнес-моделей. Инновационные бизнес-модели. Инновации в бизнесе как новая, творческая коннотация и рекомбинация классических шаблонов бизнес-моделей. Экономическая бизнес-модель как упрощенный образ бизнеса, построенный на экономических характеристиках. 1. Служит для понимания факторов, влияющих на целевую эффективность 2. Целевая эффективность определяется субъектом моделирования 3. Субъект моделирования выбирает цель, например – прибыль, занятость, темп роста продаж, доля на рынке 4. По критерию цели экономическая модель может оптимизироваться. Бизнес-модель электронной коммерции с использованием информационных технологий, монетизацию на основе интернет технологий; информационные технологии в модели как площадка, технология, рынок, инструмент. Способы определения четырех типов бизнес-моделей: продуктовая, модель решений, посредническая, мульти модель. Типы интернет-платформ как бизнес-модель. Технологическая платформа, коммуникационная платформа, краудсорсинговая платформа, маркет-плейс, платформа по запросу, платформа по сбору данных. Соотношения инновационных бизнес-моделей, успешные бизнес-модели их трансляция и трансформация в сети Интернет. Примеры успешных бизнес-моделей мировой экономики. Эффективность бизнес-модели.

Практическое занятие.

1. Типы бизнес-моделей: продуктовая, модель решений, посредническая, мульти модель. Особенности, ключевые характеристики.
2. Типы интернет-платформ как бизнес-модель.
3. По каким критериям создана типология 16 бизнес-моделей Малона?
4. Какие 4 типа моделей представлены в типологии Baden-Muller?
5. Чем характеризуется модель Freemium?
6. Чем характеризуется модель Подписка?

Задания для самостоятельной работы.

1. Покажите на конкретном примере описание типов бизнес-моделей в сети Интернет.
2. Для конкретных компаний подберите тип бизнес-модели
3. Опишите сегменты сетевой экономики.
4. Соотношение электронного бизнеса и электронной коммерции в различных типах моделей.
5. Приведите примеры успешных бизнес-моделей мировой экономики.
6. Критерии эффективности бизнес-модели.

Тема 3. Способы описания(построения) бизнес-моделей. Канва Остервальдера-Пинье. (УК-6)

Лекция.

Канва Остервальдера-Пинье. Ключевые партнеры, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности, ценностное предложение, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, потребительский сегмент. Структура издержек, потоки поступающих. Доходов. Источники получения информации об аудитории Интернета. Финансово-экономическая модель как отображение влияния множества факторов на скорость возврата вложенных в бизнес финансовых средств. Отображение в финансово-экономической модели влияния множества факторов на скорость возврата вложенных в бизнес финансовых средств. Получение через финансово-экономической модель информации о показателях: рентабельность собственного капитала, окупаемость инвестиций, стоимость бизнеса после выхода на полную мощность.

Практическое занятие.

1. Каковы основные структурные блоки модели Оливера Гассмана?
2. Из каких элементов состоит канва Остервальдера-Пинье?
3. Источники получения информации об аудитории Интернета.
4. Инструменты и сервисы получения информации об аудитории Интернета.

Задания для самостоятельной работы.

1. Заполните канву Остервальдера-Пинье, опишите компоненты.
2. Заполните канву Остервальдера-Пинье, опишите связи между основными компонентами.

3. Инструменты и сервисы для исследования целевой аудитории.
4. Инструменты и сервисы для исследования интернет-ресурсов.
5. Использование платформ, инструментов и сервисов для исследования потребительской аудитории.

Тема 4. Создание проекта деятельности в Интернет. Экономическая эффективность сетей типа Интернет. (УК-6)

Лекция.

Финансово-экономическая модель как отображение влияния множества факторов на скорость возврата вложенных в бизнес финансовых средств. Отображение в финансово-экономической модели влияния множества факторов на скорость возврата вложенных в бизнес финансовых средств. Получение через финансово-экономической модель информации о показателях: рентабельность собственного капитала, окупаемость инвестиций, стоимость бизнеса после выхода на полную мощность. Основные этапы. Подготовительные мероприятия. Цели и задачи. Критерии достижения целей. Критерии оценки сайтов-конкурентов. Экономическая эффективность сетей типа Интернет. Виды финансово-экономической деятельности в компании: источники прибыли: 1. Инвестиционная деятельность 2. Финансовая деятельность 3. Операционная деятельность. Операционная деятельность в экономической модели: как в модели создается ценность для потребителя, добавляется стоимость к входящим в бизнес извне ресурсам: сырье и материалы; компетенции, навыки и знания; информация; запросы потребителей; как происходит формирование основной части прибыли от деятельности предприятия. Инвестиционная деятельность в экономической модели: формирует оптимальный (необходимый и достаточный) объем активов для реализации операционной деятельности. Минимизация объема инвестиций за счет использования схем лизинга, аренды, совместного использования, т.д. Обеспечение интенсивного роста за счет смены технологии. Обеспечение экстенсивного роста за счет увеличения производственных мощностей. Финансовая деятельность в экономической модели: балансирует потребности и источники финансовых средств, опираясь на целевые установки собственника бизнеса, балансирование заемных и собственных источников капитала, поддержка приемлемого уровень риска в сочетании с целевой доходностью, балансирование долгосрочных и краткосрочных ожиданий. Использование для решения коммуникативных задач ведения бизнеса в интернет, современных технических средств и информационных технологий. Выполнение основных работ по созданию интернет магазинов, интернет-аукционов и пр. с использованием следующего программного обеспечения: Сайткрафт 2008; Web Easy Professional 7.144 FrontPage Portable;Web Creator pro; SunCreate. Качественные показатели, характеризующие интернет-продвижение бизнеса. Целевое действие пользователя на сайте, наиболее правильный и полный ответ - это такое действие, которое демонстрирует заинтересованность пользователя в товаре или услуге компании: клик на определенную кнопку, посещение определенной страницы, заполнение формы. Описание последовательность разработки сайта: предпроектное проектирование, составление технического задания, разработка дизайна, верстка, установка системы администрирования, программирование, тестирование, наполнение сайта информацией.

Практическое занятие.

1. Операционная деятельность в экономической модели.
2. Инвестиционная деятельность в экономической модели.
3. Финансовая деятельность в экономической модели.

Задания для самостоятельной работы.

1. Тенденции развития телекоммуникационных технологий в экономических информационных системах.
2. Повышение эффективности за методы автоматизации регистрации, обработки и контроля входящей и исходящей корреспонденции;
3. Использование современных технических средств и информационных технологий для решения коммуникативных задач ведения бизнеса в интернет.
4. Общее представление о сетевом предприятии, аутсорсинг.

Тема 5. Маркетинговые исследования в Интернете. Система маркетинга в среде Интернет как модель бизнеса. (УК-6)

Лекция.

Использование инструментов интернет для построения модели интернет-маркетинга. Исследования рынков, конкурентов, потребителей., использовать Интернета для продвижения продуктов, построение системы маркетинга в среде Интернет как модель бизнеса и проводить оценку эффективности маркетинга как модели бизнеса в сети Интернет. Изучите трансформацию маркетинга в эпоху цифровых технологий и коммуникаций Цели маркетинговый исследований в среде интернет Сервисы и приложения в работе маркетологов: e-mail, мессенджеры, профессиональные инструменты, такие как Adobe CC, средства рецензирования, таблицы для отслеживания сроков и текущих статусов, контентные и файловые хранилища. Фактически, каждый день специалисты должны постоянно собирать информацию из всех этих источников. Использование адаптивной верстки на сайте для того, чтобы страницы сайта становились наиболее релевантными поисковым запросам, сайт корректно отображается на экране мобильного телефона, его можно просматривать на ТВ-экране, сайт не пессимизируется поисковыми машинами. Поисковая оптимизация сайта - как работа с сайтом и внешними факторами, влияющими на сайт, которая с некоторой долей вероятности приводит к тому, что сайт виден в выдаче поисковой машины определенным пользователям, использующим эту поисковую машину. Поисковая оптимизация как инструмент интернет-маркетинга в долгосрочной перспективе с большей долей вероятности привлечет на сайт посетителя с минимальной стоимостью затрат. Контекстная реклама как вид интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в зависимости от поискового запроса пользователя к поисковой машине. Ретаргетинг (или ремаркетинг) в рекламных системах – как рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив сайт рекламодателя.

Практическое занятие.

1. Интернет-маркетинг как система управления производственно-сбытовой деятельностью организации.
2. Преимущества интернет-маркетинга.
3. Интернет-реклама.
4. Основные носители Интернет-рекламы.
5. Какие средства использует интернет-маркетинг для решения задачи привлечения клиентов?
6. Какие средства использует интернет-маркетинг для решения задачи удержания клиентов?

Задания для самостоятельной работы.

Опишите любую модель маркетинга/рекламы, ее инструменты, подходы в традиционном смысле и с использованием интернет технологий.

Тема 6. Интернет-исследования рынков, конкурентов, потребителей. (УК-6)

Лекция.

Основные направления интернет-аналитики, которые необходимо реализовать в рамках выставочного маркетинга: установление эффективных коммуникаций с представителями различных деловых кругов общественности, государственных органов власти, финансовых институтов, формирование общественного мнения, разработка эффективных механизмов взаимодействия с различными институтами. Параметры анализа потребительского рынка, рыночные и потребительские тренды в цифровой экономике, выделять целевую аудиторию. Современные рыночные и потребительские тренды в цифровой экономике. Схемы и инструменты исследований компаний – конкурентов на рынке: крупные торговые сети, небольшие магазины, имеющие аналогичный, но не столь широкий ассортимент товаров, компании с узконаправленной целевой специализацией. Характеристики, способы применения и инструменты аналитики. Основные источники получения информации об аудитории Интернета. Основные характеристики аудитории Интернета. Источники получения информации об аудитории Интернета. Инструменты и сервисы для исследования целевой аудитории. Российские и зарубежные Интернет-агентства. Особенности мировой и российской аудиторий Интернета. Анализ рынка потребителей как анализ следующих показателей: оценка емкости рынка потребителей, динамика рынка, структура рынка: основные игроки (конкуренты), сегменты покупателей, каналы продаж, основные тренды в поведении покупателей, прогнозные оценки спроса и возможных объемов продаж. Основные понятия и модели электронного бизнеса в их связи с исследованиями рынков, конкурентов, потребителей, механизмы использования Интернета для продвижения продуктов. Построение системы маркетинга в среде Интернет как модели бизнеса. Оценка эффективности маркетинга как модели бизнеса в сети Интернет. Алгоритмы и инструменты поискового аудита. Исследования рынков, конкурентов, потребителей. Использование Интернета для продвижения продуктов. Построение системы маркетинга в среде Интернет как модели бизнеса. Оценка эффективности маркетинга как модели бизнеса в сети Интернет. Трансформация маркетинга в эпоху цифровых технологий и коммуникаций Цели маркетинговый исследований в среде интернет Сервисы и приложения в работе маркетологов: e-mail, мессенджеры, профессиональные инструменты, такие как Adobe CC, средства рецензирования, таблицы для отслеживания сроков и текущих статусов, контентные и файловые хранилища. Фактически, каждый день специалисты должны постоянно собирать информацию из всех этих источников. Использование маркетологами в своей работе множества сервисов и приложений. Agile-методология в маркетинговой деятельности. Адаптация Agile-методологии под современные мини-проекты, применение в деятельности компании. Основные направления интернет-аналитики, которые необходимо реализовать в рамках выставочного маркетинга: установление эффективных коммуникаций с представителями различных деловых кругов общественности, государственных органов власти, финансовых институтов, формирование общественного мнения, разработка эффективных механизмов взаимодействия с различными институтами. Сущность рекламной деятельности определяется функциями рекламы:воспитание в человеке разумных потребностей, увещевательное воздействие на человека с целью побудить его приобрести те или иные товары или услуги, обеспечение бесперебойного сбыта произведенной продукции, формирование спроса на продукцию предприятия. Последовательность этапов разработки коммуникационных стратегий маркетинга: обоснование системы критериев и целей маркетинговых коммуникаций, ранжирование целей, выбор стратегии, оценка прогноза результативности коммуникаций, механизм контроля и корректировки планово-управленческих решений. История развития телекоммуникационных технологий в экономических информационных системах. Интернет – магазин. Техническая реализация Интернет-магазина. Интернет – аукционы, классификация Интернет – аукционов. Интернет – банкинг. В основе возникновения и развития Интернет-банкинга лежат разновидности удаленного банкинга, использовавшиеся на более ранних этапах существования банковского дела: 1) доступ к банковскому счету с помощью персонального компьютера, осуществляемый посредством прямого соединения с банковской сетью; 2) обслуживание счетов по телефону; 3) система интерактивного общения клиента с банком. Интернет – страхование. Особенности интернет-страхования. Интернет-биржа. Особенности интернет-биржи. Интернет-маркетинг как система управления производственно-сбытовой деятельностью организации, которая направлена на получение приемлемой величины прибыли посредством учета и активного влияния на рыночные условия. Интернет-реклама. Основные носители Интернет-рекламы: баннер, текстовые блоки, мини-сайт, коллаж.

Практическое занятие.

1 Что влияет на эргономику сайта? Свойства, которыми должен обладать дизайн сайта
2 Какие задачи не может решать корпоративный сайт региональной компании? Какие свойства должно иметь содержание сайта?
3 Методы и инструменты мониторинга электронных предприятий.
4 Классификация электронных предприятий сегмента B2C. Основные бизнес-модели.
5 Использование экспертных систем для анализа коммерческой информации.

Стратегия предприятия в Интернет, основанная на результатах анализа.

Ресурсное обеспечение и экономика Интернет-проекта.

Представительство предприятия в Интернете: методы построения.

Статический пакет как класс аналитических платформ:

Задания для самостоятельной работы.

1. Исследования рынков.
2. Исследования конкурентов.
3. Исследования потребителей.
4. Управленческие меры обеспечения информационной безопасности
5. Политика безопасности сетевой организации.
6. Возможные технические каналы утечки информации.
7. Правовая защита разработчиков и пользователей программ для ЭВМ и баз данных.
8. Какие средства использует интернет-маркетинг для решения задачи привлечения клиентов?
9. Какие средства использует Интернет – магазин. Техническая реализация Интернет-магазина.
10. Интернет – аукционы, классификация Интернет – аукционов.
11. Интернет – банкинг.
12. интернет-маркетинг для решения задачи удержания клиентов?

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

4 семестр

- текущий контроль – 80 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Max. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки

1.	Предмет и задача дисциплины "Модели электронной коммерции"	Опрос	10	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. 10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием экономической терминологии 7 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием экономической терминологии. 3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.

2.	Инновационные бизнес-модели. Четыре типа бизнес-моделей: продуктовая, модель решений, посредническая, мульти модель.	Опрос	10	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. 10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием экономической терминологии 7 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием экономической терминологии. 3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.
		Практическое задание	10	10 баллов - Ход и логика решения верны и соответствуют требованиям, арифметических ошибок нет, ответ задачи верен, претензий к оформлению нет 7 балла - Ход и логика решения верны и соответствуют требованиям, есть арифметические ошибки и претензии к оформлению 3 балла - В логике решения присутствуют ошибки, ход решения не полностью соответствует требованиям, задача решена не полностью, имеются арифметические ошибки и претензии к оформлению 0 баллов - Задача не решена или решена с грубыми ошибками, не позволяющими предположить знание студентом теоретического материала.

3.	Способы описания(построения) бизнес-моделей. Канва Остервальдера-Пинье.	Опрос	10	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. 10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием экономической терминологии 7 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием экономической терминологии. 3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.

		Реферат	30	Устное выступление автора по результатам доклада/реферата сосредоточено на принципиальных вопросах, таких как: актуальность темы исследования; методологический аппарат и основные научные подходы (школы), занимавшиеся решением вопросов; новизна работы и основные выводы, сформулированные в ходе изучения материала. Индивидуальная защита предполагает раскрытие личностного аспекта автора доклада/реферата в ходе работы над темой. Необходимо обосновать выбор темы и привести собственные методы и способы работы над проблемой, вынесенной в заглавие. Приведены оригинальные находки, собственные суждения, интересные факты и идеи, полученные в ходе разработки материала. В докладе должна быть отражена личностная значимость проделанной работы и намечены перспективы продолжения исследования. Возможны презентации, раздаточный материал, слайды и т.д. 30-20 баллов – студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических и эмпирических исследований современной социологии образования последних 3-5 лет, демонстрирует оригинальные находки в решении проблемы, намечены перспективы исследования, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Грамотные ответы на дополнительные вопросы 15-7 балла - студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических или эмпирических исследований современной социологии образования последних 5 лет, демонстрирует отдельные оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены отдельными штрихами, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Даны грамотные ответы на отдельные дополнительные вопросы 6-5 балла - логика выступления в отдельных местах нарушается, тема исследования раскрывается, опираясь на результаты теоретических исследований современной социологии образования последних 10 лет, отсутствуют оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены пунктирно, продемонстрированы средние ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов, ответы на вопросы требуют уточнения. 4-2 балла – представленные результаты в массе своей не новы, ответ представляет собой простое зачитывание текста, отдельные ответы на дополнительные вопросы требуют уточнения 1 балл - представленные результаты в массе своей не новы, ответ представляет собой простое зачитывание текста, студент не может дать ответы на дополнительные вопросы

4.	Создание проекта деятельности в Интернет. Экономическая эффективность сетей типа Интернет.	**Опрос(контрольный срез)**	10	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. 10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием экономической терминологии 7 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием экономической терминологии. 3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.

5.	Маркетинговые исследования в Интернете. Система маркетинга в среде Интернет как модель бизнеса.	Опрос	10	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. 10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием экономической терминологии 7 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием экономической терминологии. 3 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.
6.	Интернет-исследования рынков, конкурентов, потребителей.	**Тестирование(контрольный срез)**	10	10 баллов – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте; 7 баллов - студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте; 5 баллов – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте; 3 балла - студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте; 1 балл – студент правильно отвечает на 25% вопросов в тесте.
7.	Премиальные баллы		20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 10 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплине – 20 баллов; - участие в выставке по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 10 / 15 / 20
8.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		100	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
9.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 1. Предмет и задача дисциплины "Модели электронной коммерции"

1. Модели бизнеса в интернет
2. Типология моделей бизнеса в интернет-среде.
3. Выделите четыре типа бизнес-моделей.
4. На каждый тип модели (продуктовая, модель решений, посредническая, мульти модель) приведите примеры, дайте характеристики.
5. Назовите типы интернет-платформ как бизнес-моделей.
6. Перечислите компоненты бизнес-модели, охарактеризуйте каждый из них, опишите связи между компонентами бизнес-модели.

Тема 2. Инновационные бизнес-модели. Четыре типа бизнес-моделей: продуктовая, модель решений, посредническая, мульти модель.

1. Назовите современные инновационные бизнес-модели и успешные практики их реализации.
2. Опишите, используя рисунок из пункта 1. 2, все применяемые информационные технологии на примере какой-нибудь конкретной модели. Укажите плюсы и минусы внедрения информационных технологий в эту модель.
3. Заполните для любой, выбранной Вами модели шаблон ОстервальдераПинье.
4. Постройте модель стандартного бизнеса с включением элементов инновационных моделей из пункта. Опишите риски полученной модели.
5. Приведите примеры модели «Двусторонний рынок», опишите ее преимущества.
6. Опишите схему монетизации в модели «Самообслуживание».
7. Из сферы ИТ приведите примеры модели «Подписка», расскажите о получении прибыли в этой модели.
8. Приведите примеры бизнес-моделей, которые присутствуют как онлайн, так и офлайн, опишите сходства и различия.
9. Составьте бизнес-модель по типу «Долевая собственность», опишите пути монетизации в этой модели, распределите прибыль всех участников составленной модели (Вас и ваших партнеров).
10. Согласно модели флеш-продаж, разработайте продажи любого ИТ продукта.
11. На каждый вид инновационных бизнес-моделей (Freemium (“Начни пользоваться бесплатно”), Long Tail (“Длинный хвост”), Lock-In (“Бритва и лезвие”), Crowdfunding (Краудфандинг, “вскладчину”), P2P (Peer-to-Peer) “Ты мнея тебе”/Без посредников, Аренда вместо покупки, Аукцион, Долевая собственность, Подписка, Самообслуживание, Двусторонний рынок, Айкидо (дифференциация)) приведите примеры популярных успешных бизнес-практик. Разработайте модель своего бизнеса, пропишите риски ее применения.
12. Оформите два любых кейса из пункта 3. 2 согласно модели Остервальдера – Пинье.
13. Freemium. Приведите примеры использования данной модели в России, в регионе.
14. Перечислите требования российских краудфандинговых платформ, предъявляемых к проектам для размещения.
15. Назовите типичные ошибки при инновации бизнес-модели и способы их решения.

Тема 3. Способы описания(построения) бизнес-моделей. Канва Остервальдера-Пинье.

1 В модели Александра Остервальдера и Ива Пинье выделены оценочный, продажный, доставка и постпродажный этапы. Опишите процессы, которые включает в себя каждый этап.
2 Заполните шаблон для уже существующей бизнес-модели.
3 Составьте модель наиболее близкого Вам бизнеса. Заполните шаблон бизнес-модели, описав все элементы, ответьте на контрольные вопросы из методики для оценивания бизнес-моделей.

Тема 4. Создание проекта деятельности в Интернет. Экономическая эффективность сетей типа Интернет.

1. Бизнес-планирование в Интернет-экономике.
2. Операционная деятельность в экономической модели: опишите, как в модели создается ценность для потребителя, добавляется стоимость к входящим в бизнес извне ресурсам: сырье и материалы; компетенции, навыки и знания; информация; запросы потребителей; как происходит формирование основной части прибыли от деятельности предприятия.
3. Поясните, как описывается инвестиционная деятельность в экономической модели.
4. Методы оценки эффективности инвестиций в электронный бизнес.
5. Особенности налогообложения в электронном бизнесе.
6. Укажите качественные показатели, характеризующие интернет-продвижение бизнеса.
7. Опишите информацию, используя финансово-экономическую модель, информацию о показателях: о рентабельности собственного капитала, об окупаемости инвестиций, о стоимости бизнеса после выхода на полную мощность.

Тема 5. Маркетинговые исследования в Интернете. Система маркетинга в среде Интернет как модель бизнеса.

1. Назовите модели рекламы и маркетинга, существовавшие до эпохи цифровизации.
2. В чём отличительная особенность поисковой оптимизации? Назовите известные поисковые сервисы и их основные характеристики.
3. Назовите основные бизнес-модели в группе реклама.
4. Перечислите характеристики моделей в группе электронная коммерция.
5. Назовите отличия инструментов интернет-маркетинга от традиционных инструментов маркетинга.
6. Назовите способы воздействия вирусного маркетинга на целевую аудиторию.
7. Приведите примеры партнерского маркетинга, выделите его положительные стороны для обоих партнеров
8. Какие инструменты интернет-маркетинга получили новое наполнение в связи с распространением интернет-технологий?
9. Опишите подходы создания рекламных продуктов и услуг со стороны потребителя и со стороны производителя.
10. Приведите примеры рекламы как элемента сопровождения бизнеса и как самостоятельной бизнес-модели.
11. В чём заключается суть кастомизации и персонализация?

1. Назовите основные этапы в модели развития бренда, опишите каждый из них, выделив необходимые инструменты, технологии и сервисы, применяемые на каждом этапе.
2. Что такое поисковая оптимизация сайта?

12. Назовите сходство и различия продвижения сайта в поисковых системах Яндекс и Google.
13. Поясните механизм работы поисковой контекстной рекламы.
14. Опишите суть основных блоков стратегии продвижения интернет-ресурсов.
15. Опишите суть контент-маркетинга.
16. Назовите количественные показатели, отражающие заинтересованность потребителей в вашем ресурсе, продукте, информацию окотором вы разместили на сайте.

17. Трансформация маркетинга в эпоху цифровых технологий и коммуникаций Цели маркетинговый исследований в среде интернет

18. Основные задачи по формированию целевой аудитории

19. Основные инструментальные средства для формирования целевой аудитории

20. Алгоритм и инструменты поискового аудита.

21. Установите последовательность этапов разработки коммуникационных стратегий маркетинга: 1) обоснование системы критериев и целей маркетинговых коммуникаций, ранжирование целей 2) механизм контроля и корректировки планово-управленческих решений 3) оценка прогноза результативности коммуникаций 4) выбор стратегии *Опишите каждый этап.

Практическое задание

Тема 2. Инновационные бизнес-модели. Четыре типа бизнес-моделей: продуктовая, модель решений, посредническая, мульти модель.

Используя шаблоны бизнес-моделей из списка данной главы, придумайте по 5 идей для любого бизнеса, рассмотрите данные модели со стороны разработчика, со стороны сотрудников, потребителей, предложите несколько идей. Составьте генерацию этих идей, подготовьте презентацию для обсуждения.

Опишите две (на выбор) интернет бизнес-модели:

1. Реклама.
2. Электронная коммерция (e-commerce).
3. Подписка.
4. P2P (peer to peer).
5. Open Source (ПО с открытым кодом).
6. Данные (Data).
7. Процессинг. (Обработка транзакций)» [2].

Реферат

Тема 3. Способы описания(построения) бизнес-моделей. Канва Остервальдера-Пинье.

1. Основные характеристики аудитории Интернета.
2. Источники получения информации об аудитории Интернета.
3. Инструменты исследования потребительской аудитории.
4. Описание клиентов, потребителей. Ситуационный анализ рынка. Рыночные и потребительские тренды в цифровой экономике.
5. Ситуационный анализ рынка: выберите 3 показателя и проведите анализ выбранных показателей (оценка емкости отраслевого рынка, динамика рынка, структура рынка: основные игроки (конкуренты), сегменты покупателей, каналы продаж, основные тренды в поведении покупателей, прогнозные оценки спроса и возможных объемов продаж).

Тестирование

Тема 6. Интернет-исследования рынков, конкурентов, потребителей.

1. Кто является автором канвы бизнес-модели

И.Пинье

М.Портер

А. Остервальд

П.Друкер

П.Сенге

Э.Деминг

И.Ансоф

2. В шаблоне модели О. Гассмана присутствуют элементы

Где?

Что?

Куда?

Кто?

Как?

Сколько?

Почему?

Правильный ответ

Что?

Кто?

Как?

3. В канве бизнес-модели представлены

Взаимоотношения с бюджетом

Ключевые сотрудники

Структура издержек

Взаимоотношения с клиентами

Ключевые ресурсы

Каналы сбыта

Налоговая схема

Правильный ответ

Структура издержек

Ключевые ресурсы

Каналы сбыта

4. Ценностное предложение в модели О.Гассмана отвечает на вопрос

Почему?

Как?

Кто?

Что?

5. Цепочка добавленной стоимости в модели Гассмана отвечает на вопрос

Почему бизнес-модели генерируют прибыль?

Как создается ценностное предложение?

Кто ваш целевой сегмент?

Что вы предлагаете клиентам?

6. Определение потребительского сегмента в бизнес моделирование - это шаг номер

4

1

2

6

3

Правильный ответ

1

7. Нишевой рынок - это вид

Взаимодействия с клиентами

Сегментирование потребителей

Оценки стоимости ресурсов

Выбора поставщика

Издержка на продвижение товара

8. Вопросы определяющие каналы сбыта (выберите лишнее)

Какие каналы взаимодействия были бы наиболее удобны и эффективны для каждого из наших целевых сегментов?

При помощи каких ключевых ресурсов мы сможем наладить каналы сбыта?

Как мы взаимодействуем с целевыми сегментами?

Правильный ответ

При помощи каких ключевых ресурсов мы сможем наладить каналы сбыта?

9. Вопросы, определяющие ключевых партнеров (выберите лишнее)

Какие ключевые ресурсы мы получим от партнеров и поставщиков?

При помощи каких ключевых ресурсов мы сможем наладить каналы сбыта?

Какие части цепочки добавленной стоимости мы можем отдать на аутсорсинг?

Кто наши поставщики?

10. Категория качества определяется в шаблоне Гассмана вопросом

Почему?

Как?

Что?

Кто?

11. Цепочка добавленной стоимости в модели Гассмана отвечает на вопрос

Кто ваш целевой сегмент?

Как создается ценностное предложение?

Что вы предлагаете клиентам?

Почему бизнес-модель генерирует прибыль?

Правильный ответ

Как создается ценностное предложение?

12. Объём и состав потребляемых ресурсов определяется

мощность оборудования

поставщками

нормативными актами

желанием руководства

спецификой цепочки добавленной стоимости

13. Аутсосрсинг - инструмент для

снижения потребности в оборотном капитале

вывода нового продукта на рынок;

получение дополнительных фондов;

развитие компетенции сотрудников;

усиление бренда компании.

14. Вопросы моделирования цепочки создания стоимости (выберите лишнее)

Предусматривает ли модель постоянное изучение поведения потребителя?

Сколько требуется капитала для организации собственного производства?

Какой размер партии закупки, высока ли конкуренция на рынке ресурсов?

Предусматривает ли модель самостоятельную разработку новых продуктов?

С помощью каких ключевых ресурсов мы сможем увеличить поток доходов?

Правильный ответ

С помощью каких ключевых ресурсов мы сможем увеличить поток доходов?

15. Цепочка создания стоимости определяется

Бизнес-моделью;

Количеством стоимости;

Видом ресурсов;

Технологией создания продукта;

Бизнес-процессами компании.

16. Кто из перечисленных ученых является автором концепции цепочки добавленной стоимости:

М.Портер;

Д.Джуран;

Ф.Кросби;

К.Исикава;

Э.Дэминг.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (УК-6)

1. Модели бизнеса в интернет.
2. Типология моделей бизнеса в интернет-среде.
3. Выделите четыре типа бизнес-моделей.
4. На каждый тип модели (продуктовая, модель решений, посредническая, мульти модель) приведите примеры, дайте характеристики.
5. Назовите типы интернет-платформ как бизнес-моделей.
6. Перечислите компоненты бизнес-модели, охарактеризуйте каждый из них, опишите связи между компонентами бизнес-модели.
7. Опишите информацию, используя финансово-экономическую модель, информацию о показателях: о рентабельности собственного капитала, об окупаемости инвестиций, о стоимости бизнеса после выхода на полную мощность.
8. Интернет-экономика: основные понятия Интернет-экономики.
9. Общее представление о сетевом предприятии, аутсорсинг.
10. Операционная деятельность в экономической модели: опишите, как в модели создается ценность для потребителя, добавляется стоимость к входящим в бизнес извне ресурсам: сырье и материалы; компетенции, навыки и знания; информация; запросы потребителей; как происходит формирование основной части прибыли от деятельности предприятия.
11. Поясните, как описывается инвестиционная деятельность в экономической модели.
12. Основные характеристики аудитории Интернета.
13. Источники получения информации об аудитории Интернета.
14. Инструменты исследования потребительской аудитории.
15. Ситуационный анализ рынка. Рыночные и потребительские тренды в цифровой экономике.
16. Ситуационный анализ рынка: выберите 3 показателя и проведите анализ выбранных показателей (оценка емкости отраслевого рынка, динамика рынка, структура рынка: основные игроки (конкуренты), сегменты покупателей, каналы продаж, основные тренды в поведении покупателей, прогнозные оценки спроса и возможных объемов продаж).
17. Бизнес-планирование в Интернет-экономике.
18. Методы оценки эффективности инвестиций в электронный бизнес.
19. Особенности налогообложения в электронном бизнесе.
20. Укажите качественные показатели, характеризующие интернет-продвижение бизнеса.
21. Что такое поисковая оптимизация сайта?
22. Назовите виды интернет-рекламы, опишите их основные характеристики.
30. Трансформация маркетинга в эпоху цифровых технологий и коммуникаций Цели маркетинговый исследований в среде интернет
31. Основные задачи по формированию целевой аудитории
32. Основные инструментальные средства для формирования целевой аудитории
33. Алгоритм и инструменты поискового аудита.

34. Установите последовательность этапов разработки коммуникационных стратегий маркетинга: 1) обоснование системы критериев и целей маркетинговых коммуникаций, ранжирование целей 2) механизм контроля и корректировки планово-управленческих решений 3) оценка прогноза результативности коммуникаций 4) выбор стратегии. Опишите каждый этап.

35. Какие средства использует интернет-маркетинг для решения задачи привлечения клиентов?

36. Какие средства использует интернет-маркетинг для решения задачи удержания клиентов?

Что влияет на эргономику сайта? Свойства, которыми должен обладать дизайн сайта

Типовые задания для зачета (УК-6)

1. Провести сравнительный анализ основных моделей бизнеса в интернет
2. Выделение критериев для сравнения и сравнительный анализ основных моделей бизнеса в интернет
3. Выделение критериев для сравнения и сравнительный анализ современных подходов к построению моделей бизнеса в интернет

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	УК-6	Знает подходы и методы информационно-аналитическая поддержки управленческих решений. Обладает навыками обследования предприятия и использования результатов анализа данных для разработки перспективы деятельности предприятия, владеет на высоком уровне способами инструментальной обработки информационных данных и применяет их для поддержки управленческих решений с применением электронной коммерции
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	УК-6	Неудовлетворительные знания о подходах и методах информационно-аналитическая поддержки управленческих решений, не владеет навыками обследования предприятия и использования результатов анализа данных для разработки перспективы деятельности предприятия, не владеет в полном объеме способами инструментальной обработки информационных данных и их применения в профессиональной деятельности с применением электронной коммерции

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

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;

- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.

- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентаци, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);

- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);

- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);

- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;

- полнота и глубина ответа;

- сознательность ответа;

- логика изложения материала;

- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;

- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;

- использование дополнительного материала;

- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели. ссылки на ресурсы. соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;

- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;

- личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы:

- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Крахоткина Е. В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования : лабораторный практикум. - Ставрополь: Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2017. - 132 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494808

2. Калужский М. Л. Маркетинговая среда электронной коммерции: формирование и институциональное регулирование : монография. - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2017. - 260 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473028

6.2 Дополнительная литература:

1. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция : Учебник и практикум для вузов. - 4-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 521 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/485411

2. Гаврилов Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : Учебник для бакалавров. - Москва: Юрайт, 2019. - 372 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/425884

3. Кобелев О. А. Электронная коммерция : учебное пособие. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 684 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496127

4. Белов В. А. Российская наука торгового права в ее литературной истории (материалы к библиографии российской коммерциалистики) : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2021. - 61 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/475115

6.3 Иные источники:

1. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система - http://www.biblioclub.ru
2. Библиотека научной и учебной литературы - http://sbiblio.com
3. Журнал «Справочник экономиста» - http://www.profiz.ru/se
4. Журнал «Экономист» - http://www.economist.com.ru/
5. elibrary.tsutmb.ru - https://elibrary.tsutmb.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

7-Zip 9.20

Abby FineReader 10.0

Google Chrome Google Inc. 12.09.2014 49.0.2623.112

Java 8 Update 151 Oracle Corporation 27.03.2018 99,73 MB 8.0.1510.12

Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows "Лаборатория Касперского" 15.03.2018

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Microsoft Windows 10

Opera

Office 2007, 2010, 2016

Skype

WIN RAR 2.90, 4.20

Windows Internet Explorer 8 Microsoft Corporation 22.02.2012 20090308.140743

Yandex браузер

Консультант Плюс

Система защиты информации Secret Net 5.0 клиент для Сервера Безопасности класса В

ФинЭкАнализ 2012, 2017

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина: официальный сайт. – URL: http://www.tambovlib.ru

2. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: https://www.prlib.ru

3. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: https://biblioclub.ru

4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: https://elibrary.ru

5. Юрайт: образовательная платформа, электронно-библиотечная система. – URL: https://urait.ru

6. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: https://www.tsutmb.ru/biblio/elektronnyij-katalog/

7. Справочная правовая система "Консультант плюс". – URL: http://www.consultant.ru

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.