ГАОУ ВО «ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА»

«Утверждаю»
Ректор, д.э.н., профессор
Бучаев Я.Г.
30 мая 2019 г.

КАФЕДРА «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ»

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС»

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ – 09.03.03 ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА, ПРОФИЛЬ «ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА В ЭКОНОМИКЕ»

Уровень высшего образования - бакалавриат

Махачкала – 2019 г.

УДК 681.3(075.5)
ББК 32.973.23 Д37

Составитель – Шарифова Цюкер Габибовна, старший преподаватель кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» ДГУНХ.

Внутренний рецензент – Эминова Нигара Эминовна, кандидат экономических наук, преподаватель кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» ДГУНХ.

Внешний рецензент – Кутаев Шихрагим Кутаевич, кандидат экономических наук, научный сотрудник института социально-экономических исследований Дагестанского научного центра Российской академии наук.

Представитель работодателя - Лобанова Алла Владимировна, генеральный директор компании ООО «ИнформТех».

Оценочные материалы по дисциплине «Электронный бизнес» разработаны в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 марта 2015 г., № 207, в соответствии с приказом от 5 апреля 2017г., № 301 Министерства образования и науки РФ.

Оценочные материалы по дисциплине «Электронный бизнес» размещены на официальном сайте www.dgunh.ru

Шарифова Ц.Г. Оценочные материалы по дисциплине «Электронный бизнес» для направления подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, профиль «Прикладная информатика в экономике». – Махачкала: ДГУНХ, 2019 г., - 42 с.

Рекомендовано к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ,
проректор по учебной работе ДГУНХ,
председатель Учебно-методического совета,
доктор экономических наук,
профессор Казаватова П.Ю.

(подпись)
29 мая 2019 г.

Одобрено и рекомендовано к утверждению
Руководитель образовательной программы высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, профиль «Прикладная информатика в экономике», к.э.н., доцент,
Раджабов К.Я.

28 мая 2019 г.

Одобрено на заседании кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность»
20 мая 2019 г., протокол № 10
Зав.кафедрой, к.ф.-м.н., доцент Галяев В.С.

Назначение оценочных материалов

Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости (оценивания хода освоения дисциплин), для проведения промежуточной аттестации (оценивания промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине) обучающихся по дисциплине «Электронный бизнес» на соответствие их учебных достижений поэтапным требованиям образовательной программы высшего образования 09.03.03 Прикладная информатика, профиль «Прикладная информатика в экономике».

Оценочные материалы по дисциплине «Электронный бизнес» включают в себя: перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП ВО; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания; типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП; методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценочные материалы сформированы на основе ключевых принципов оценивания:

- валидности: объекты оценки должны соответствовать поставленным целям обучения;
- надежности: использование единообразных стандартов и критериев для оценивания достижений;
- объективности: разные обучающиеся должны иметь равные возможности для достижения успеха.

Основными параметрами и свойствами оценочных материалов являются:

- предметная направленность (соответствие предмету изучения конкретной дисциплины);
- содержание (состав и взаимосвязь структурных единиц, образующих содержание теоретической и практической составляющих дисциплины);
- объем (количественный состав оценочных материалов);
- качество оценочных материалов в целом, обеспечивающее получение объективных и достоверных результатов при проведении контроля с различными целями.

-

I.ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ

1.1 Перечень формируемых компетенций

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ**
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
ОПК-4	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК-11	способность эксплуатировать и сопровождать информационные системы и сервисы
ПК-14	способностью осуществлять ведение базы данных и поддержку информационного обеспечения решения прикладных задач
ПК-22	способностью анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем

КОМПОНЕНТНЫЙ СОСТАВ КОМПЕТЕНЦИЙ

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знает:	умеет:	владеет:
ОК-3: способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	З1 – основные направления предпринимательской деятельности в киберпространстве; З2 –сущность современных диагностических методик и технологий.	У1 – осуществлять анализ информации с позиции изучаемой проблемы; У2 –самостоятельно осваивать новые методы исследования**.**	В1 – навыками внедрения полученных экономических знаний в практическую деятельность
ОПК-4: способность решать стандартные	З1 – основы Интернет-маркетинга, организационную	У1 – пользоваться понятийным аппаратом, анализировать	В1 – навыками работы со средствами веб-аналитики и

задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	характеристику и основные компоненты Интернета; З2 – устройство и принципы функционирования электронных платежных систем.	маркетинговую, статистическую и технологическую информацию в области электронного бизнеса; У2– использовать электронные деньги для оплаты товаров и услуг в сети интернет.	инструментами статистического анализа интернет-ресурсов;
ПК-11: способность эксплуатировать и сопровождать информационные системы и сервисы	З1 – практические аспекты организации работы предприятия в интернет-сфере; З2-особенности информационных систем предприятия.	У1–вести предпринимательскую деятельность в компаниях высокотехнологичных секторов; У2 –использовать методы, приемы, инструментарий создания электронного предприятия.	В1 –навыками эксплуатирования и сопровождения Информационных систем и сервисов
ПК-14: способность осуществлять ведение базы данных и поддержку информационного обеспечения решения прикладных задач	З1 –основные бизнес-модели компаний, работающих в интернет-сфере; З2 –стратегический инструментарий и современные технологии интернет-предпринимательства; З3 –возможности для формирования устойчивых	У1 – разрабатывать бизнес-план для реализации коммерческих Интернет-проектов; У2 –планировать и оценивать результаты работы в интернет сфере.	В1 – навыками разработки корпоративной стратегии, стратегию бизнеса и функциональные стратегии организации.

	конкурентных преимуществ компаний в интернет-сфере.		
ПК-22: способность анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем	З1 –специфику потребительского поведения и маркетинговых аспектов интернет-предпринимательства; З2 –инструменты исследования и анализа рынка.	У1 – принимать управленческие решения; У2 – оценивать возможности решений и нести за них ответственность.	В1 - способностью выявления данных, необходимых для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления.

1.2 ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Структура дисциплины:

№ п/п	контролируемые разделы, темы дисциплины
1.	Введение в электронный бизнес.
2.	Поиск идей для создания проекта. Реализация проекта
3.	Анализ рынка и соответствия ожиданиям потребителя
4.	Минимальный жизнеспособный продукт (MVP)
5.	Экономическая составляющая проекта.
6.	Продвижение продукта
7.	Ресурсы и инвестиции

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Этапы формирования компетенций (темы дисциплин)						
	1	2	3	4	5	6	7
ОК-3	+	+	+	+	+		+
ОПК-4	+	+		+	+	+	
ПК-11			+				+
ПК-14			+		+	+	
ПК-22		+	+	+		+	+

II.ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

2.1 Структура оценочных материалов для текущего контроля и промежуточной аттестации

№ п/п	контролируемые разделы, темы дисциплины	код контролируемой компетенции или ее части	планируемые результаты обучения (знать, уметь, владеть), характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочного средства	
				текущий контроль успеваемости	промежуточная аттестация
1	Введение в электронный бизнес.	ОК-3 ОПК-4	**ОК-3** Знать: З2 Уметь: У2 Владеть: В1 **ОПК-4** Знать: З1 Уметь: У1	– Контрольные вопросы; – Тестовые задания	Презентация проекта (Слайды 1,2)
2	Поиск идей для создания проекта. Реализация проекта	ОК-3 ОПК-4 ПК-22	**ОК-3** Знать: З1 Уметь: У2 **ОПК-4** Знать: З1 Уметь: У1 **ПК-22** Уметь: У1 Владеть: В2	– Кейсы – Игра «Идея из трендов»	Презентация проекта (Слайды 2,3)
3	Анализ рынка и	ОК-3	**ОК-3**	– Кейсы	Презентаци

	соответствия ожиданиям потребителя	ПК-11 ПК-14 ПК-22	Уметь: У1 Владеть: В1 **ПК-11** Знать: З1 Уметь: У1 **ПК-14** Знать: З1 Уметь: У1 Владеть: В1 **ПК-22** Знать: З1 Владеть: В1	– Деловая игра «Снежинки».	я проекта (Слайды 4,6)
4	Минимальный жизнеспособный продукт (MVP)	ОК-3 ОПК-4 ПК-22	**ОК-3** Знать: З2 Владеть: В1 **ОПК-4** Знать: З2 Уметь: У2 **ПК-22** Знать: З1 Уметь: У2	– Кейсы	Презентация проекта (Слайды 3,8)
5	Экономическая составляющая проекта.	ОК-3 ОПК-4 ПК-14	**ОК-3** Владеть: В1 Уметь: У2 **ОПК-4** Знать: З2	– Кейсы	Презентация проекта (Слайды 5,7,10)

			Уметь: У2 **ПК-14** Уметь: У2 Владеть: В1		
6	Продвижение продукта	ОПК-4 ПК-14 ПК-22	**ОПК-4** Знать: З1 Уметь: У1; Владеть: В1 **ПК-14** Знать: З2, З3 Владеть: В1 **ПК-22** Знать: З2 Уметь: У1, У2	– Кейсы	Презентация проекта (Слайды 8,9,10)
7	Ресурсы и инвестиции	ОК-3 ПК-11 ПК-22	**ОК-3** Уметь: У1 **ПК-11** Знать: З1 Уметь: У1 **ПК-22** Уметь: У1, У2 Владеть: В1	– Кейсы	Презентация проекта (Слайды 7, 11, 12)

2.2 КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ ПО ВИДАМ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№	наименование	характеристика оценочного	Представление

п/п	оценочного средства	средства	оценочного средства в фонде
УСТНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА			
1	собеседование, устный опрос	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3.	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-прапктической, учебно-исследовательской или научной темы	Тематика докладов, сообщений
ПИСЬМЕННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА			
4	Реферат	Продукт самостоятельной работы аспиранта, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
5	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру	Фонд тестовых заданий

		измерения уровня знаний и умений обучающегося.	
6	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
7	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	комплект контрольных заданий по вариантам
8	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу	Комплект лабораторных заданий
9	Деловая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управление преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
10	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	задания для решения кейс-задачи

11	Задача	Это средство раскрытия связи между данными и искомым, заданные условием задачи, на основе чего надо выбрать, а затем выполнить действия, в том числе арифметические, и дать ответ на вопрос задачи.	задания по задачам

А) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ ОТВЕТОВ НА УСТНЫЕ ВОПРОСЫ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/зачет
1.	1) полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; 3) излагает материал последовательно и правильно.	10	отлично
2.	студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.	8	хорошо
3.	ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.	5	удовлетворительно
4.	студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал; отмечаются такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к	0	неудовлетворительно

	успешному овладению последующим материалом.		

Б) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ТЕСТИРОВАНИЯ

№ п/п	тестовые нормы:% правильных ответов	количество баллов	оценка/зачет
1	90-100 %	25-30	отлично
2	80-89%	19-24	хорошо
3	70-79%	13-18	удовлетворительно
4	60-69%	7-12	удовлетворительно
5	50-59%	1-6	неудовлетворительно
6	менее 50%	0	неудовлетворительно

В) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕФЕРАТОВ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/зачет
1	выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.	*5 баллов*	Отлично
2	основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.	*4 балла*	Хорошо
3	имеются существенные отступления от	*3 балла*	Удовлетворительно

	требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы.		
4	тема освоена лишь частично; допущены грубые ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.	1-2 балла	Удовлетворительно
5	тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.	*0 баллов*	неудовлетворительно

Г) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов
1	Задание выполнено полностью: цель домашнего задания успешно достигнута; основные понятия выделены; наличие схем, графическое выделение особо значимой информации; работа выполнена в полном объёме.	9-10
2	Задание выполнено: цель выполнения домашнего задания достигнута; наличие правильных эталонных ответов; однако работа выполнена не в полном объёме.	8-7
3	Задание выполнено частично: цель выполнения домашнего задания достигнута не полностью; многочисленные ошибки снижают качество выполненной работы.	6-5
4	Задание не выполнено, цель выполнения домашнего задания не достигнута.	менее 5

Д) КРИТЕРИИ И ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕШЕНИЯ КЕЙС-ЗАДАЧ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/зачет
1	умение анализировать ситуацию и находить оптимальное количества решений	1	
2	умение работать с информацией, в том числе умение затребовать дополнительную информацию, необходимую для уточнения ситуации	1	
3	умение моделировать решения в соответствии	1	

	с заданием, представлять различные подходы к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат		
4	умение принять правильное решение на основе анализа ситуации;	1	
5	навыки четкого и точного изложения собственной точки зрения в устной и письменной форме, убедительного отстаивания своей точки зрения;	1	
6	навык критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки.	1	
7	адекватность и соответствие ответов специалиста современным тенденциям рынка, конструктивность.	1	
8	креативность, нестандартность предлагаемых решений*;*	1	
9	количество альтернативных вариантов решения задачи (версионность мышления);	1	
10	наличие необходимых навыков, их выраженность (в зависимости от *требований).*	1	
	Количество баллов в целом	**10**	

Е) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка
1	исключительные знания, абсолютное понимание сути вопросов, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенные, содержательные, аргументированные и исчерпывающие ответы	28-30	отлично
2	глубокие знания материала, отличное понимание сути вопросов, твердое знание основных понятий и положений по вопросам, структурированные, последовательные, полные, правильные ответы	25-27	отлично
3	глубокие знания материала, правильное	22-24	хорошо

	понимание сути вопросов, знание основных понятий и положений по вопросам, содержательные, полные и конкретные ответ на вопросы. Наличие несущественных или технических ошибок		
4	твердые, достаточно полные знания, хорошее понимание сути вопросов, правильные ответы на вопросы, минимальное количество неточностей, небрежное оформление	19-21	хорошо
5	твердые, но недостаточно полные знания, по сути верное понимание вопросов, в целом правильные ответы на вопросы, наличие неточностей, небрежное оформление	16-18	удовлетворительно
6	общие знания, недостаточное понимание сути вопросов, наличие большого числа неточностей, небрежное оформление	13-15	удовлетворительно
7	относительные знания, наличие ошибок, небрежное оформление	10-12	удовлетворительно
8	поверхностные знания, наличие грубых ошибок, отсутствие логики изложения материала	7-9	неудовлетворительно
9	непонимание сути, большое количество грубых ошибок, отсутствие логики изложения материала	4-6	неудовлетворительно
10	не дан ответ на поставленные вопросы	1-3	неудовлетворительно
11	отсутствие ответа, дан ответ на другие вопросы, списывание в ходе выполнения работы, наличие на рабочем месте технических средств, в том числе телефона	0	неудовлетворительно

Ж) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

№ п/п	критерии оценки	максимальное количество баллов
1	титульный слайд с заголовком	5
2	дизайн слайдов	10
3	использование дополнительных эффектов (смена слайдов, звук, графика, анимация)	5

4	список источников информации	5
5	широта кругозора	5
6	логика изложения материала	10
7	текст хорошо написан и сформированные идеи ясно изложены и структурированы	10
8	слайды представлены в логической последовательности	5
9	грамотное создание и сохранение документов в папке рабочих материалов	5
10	слайды распечатаны в форме заметок	5
	средняя оценка:	

III ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НАОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ , НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Раздел 1. Введение в электронный бизнес.
Тема 1. Электронный бизнес. Сектора электронной коммерции.

Контрольные вопросы:

1. Что называется электронным бизнесом?
2. Каковы основные отличия электронной коммерции от электронного бизнеса?
3. Что является объектом электронной коммерции?
4. Какие сектора электронной коммерции известны?
5. Какой из секторов является самым крупным?

Тестовое задание:

1. Какой из секторов занимается обеспечением государственных поставок и проведением открытых on-line тендеров?
    a. B2B
    b. B2C
    c. B2G
    d. B2E
2. Субъектами электронной коммерции являются?
    a. физические лица;
    b. юридические лица;
    c. государство как субъект права;
    d. все вышеперечисленные.
3. Какой из секторов занимается электронной подачей индивидуальных налоговых деклараций?

a. B2B
b. B2C
c. B2E
d. C2G

4. Какой из секторов реализует товары и услуги через электронные магазины?
    a. B2B
    b. B2C
    c. B2E
    d. C2G
5. Электронная коммерция является составной частью:
    a. Электронного бизнеса;
    b. Интернет рекламы;
    c. Интернет –предпринимательства
    d. нет верного ответа.
6. Какой из секторов организовывает работу персонала компании и ведет совместную бизнес-деятельность сотрудников, отдельных структур или подразделений?
    a. B2B
    b. B2C
    c. B2E
    d. C2G
7. Какой из секторов представляет собой взаимодействие бизнес-организации: производитель, продающий свой товар через поставщиков или дистрибьюторов, которые в свою очередь работают через дилеров?
    a. B2B
    b. B2C
    c. B2E
    d. C2G
8. Какой из аукционов является аукционом продавца на повышение начальной цены партии одинаковых товаров?
    a. стандартный аукцион;
    b. немецкий аукцион;
    c. обратный аукцион;
    d. нет верного ответа.
9. Какой сектор называют розничным сектором электронной торговли?
    a. B2B
    b. B2C
    c. B2E
    d. C2G
10. В каком секторе в качестве систем электронной коммерции выступают интернет – аукционы?
    a. B2C
    b. B2B
    c. C2C
    d. C2G

11. Какой из секторов подразумевает взаимодействие компании и госадминистрации страны, на территории которой она работает?
    a. B2C
    b. B2B
    c. C2B
    d. B2G
12. Целью какого из секторов является предоставление услуг гражданам и частному сектору в интегрированном виде?
    a. B2C
    b. B2B
    c. C2C
    d. C2G
13. Какой из аукционов является аукционом продавца на повышение начальной цены одного товара?
    a. стандартный аукцион;
    b. обратный аукцион;
    c. немецкий аукцион;
    d. нет верного ответа.
14. К автоматическим системам ведения бизнеса можно отнести:
    a. средства электронного обмена данными;
    b. средства электронного перевода средств;
    c. средства планирования корпоративных ресурсов;
    d. все вышеперечисленные.
15. Какой из аукционов является аукционом покупателя на понижение начальной цены?
    a. обратный аукцион;
    b. стандартный аукцион;
    c. немецкий аукцион;
    d. нет верного ответа.

Раздел 2. Поиск идей для создания проекта. Реализация проекта

Тема2. Идея: источники идей для стартапа. Концепция продукта.

Задание 1. Создание идей из трендов.

Игра «Идея из трендов»

Цель игры: снять страх перед отсутствием идей, мотивировать искать идеи, научить пользоваться инструментом поиска идей.

После рассказа про тренды, предлагается выбрать из них 5 трендов, которые студентам кажутся близкими и интересными.

Далее студенты делятся на группы по 3-4 человека. Идеи формируются на шаблоне.

Шаблон «Идея из трендов».

Перечислите 5 трендов, которые считаете релевантными вашей отрасли/компании:

1._____
2._____
3._____
4._____
5._____

_____ идеи_____
(тренд) (тренд)

Новые продукты:

_____
_____
_____
_____
_____

Задача: сочетать попарно тренды, которые они выбрали и придумывать из их сочетаний продукты (идеи для бизнеса). Выбирают на их взгляд самую удачную и перспективную.
Затем каждая группа представляет концепцию выбранной идеи перед всеми. На выступление от каждой группы дается 2 минуты (максимум - 5 минут).

Задание 2.

Придумайте идеи, выберите из них наиболее перспективную и сформулируйте ее.
Это станет тем проектом, с которым вы будете работать на протяжении всего курса. Оформите выбранную идею в соответствии с представленным шаблоном.

Шаблон «Формулирование идеи».

Я делаю проект_____,
(название проекта)
который создает_____,

(определение предложения клиентам)

помогающий _____
_____,

(описание аудитории)

Решать_____
_____

(проблему)

при помощи _____
_____.

(технология)

Тема3. Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа.

Задание. Создание команды проекта.

Соберите команду. Если у вас уже есть единомышленники — приглашайте их в курс,
если нет, объединяйтесь с другими, вдохновляйте их своей идеей или поддержива йте идею коллег, которая вам понравилась. Условие: в команде должно быть 4–5 человек.
Заполните шаблоны «Знакомство с командой », «Матрица – функционал».

Шаблон. Знакомство с командой

Члены команды	**Имя 1**	**Имя 2**	**Имя 3**	**Имя 4**
Специальность, направление, курс. Имеющееся законченное образование.				
Предоставьте ваши контакты (email, FB, LinkedIn, vk).				
Являетесь ли вы экспертом в проектной области, выбранной вашей группой?				
Выберите роль, которая наиболее удачно подходит для вас в команде.				
Что-то интересное, что важно знать о вас (будьте				

лаконичны).				

Шаблон. Матрица – функционал

Функционал	Кто в команде выполняет этот функционал	Комментарии
Управление		
Привлечение клиентов, продажи		
Разработка		
Дизайн		
Операционные процессы		

Раздел 3. Анализ рынка и соответствия ожиданиям потребителя

Тема 4. Целевая аудитория.

Задание. Определение целевой аудитории.

1. Выделите три сегмента потребителей для своего продукта;
2. в каждом из сегментов составьте портрет потребителя (шаблон «Портрет потребителя»);
3. по каждому портрету:
   - проверьте характеристики портрета;
   - что является источником потребности в продукте?
   - сформулируйте возможные решения.

При работе над каждым из портретов нужно провести не менее трех потребительских интервью

Шаблон «Портрет потребителя (B2C)»

Имя

Должность или род деятельности

Возраст

Образование

Отношение к инновациям	Техногик	Инноватор	Раннее большинство	Позднее большинство	Консерватор

Потребительский стаж	Новичок	Продвинутый	Эксперт
Тип	Покупатель	Пользователь	

Роль в семье

Описание
Типичный день из жизни потребителя (проблемы, которыеониспытывает)

О чем “болит голова”

Ситуация потребления продукта

Продукты–заменители, которые он уже использует

Ожидания от продукта

Что он читает в онлайне, оффлайне

Уровень доходов, возможность влиять на расходы.

Что мотивирует потребителя

Тема 5. Ценностное предложение.

Задание. Формирование ценностного предложения.

1. Сформулируйте, чем полезен ваш продукт для потребителя: какие боли он с нимает / какую выгоду он приносит / какую работу пользователя выполняет ;
2. сформулируйте ценностное предложение своего проекта;
3. протестируйте его на 5 представителях целевой аудитории;
4. представьте доработанное ценностное предложение;

Шаблон «Ценностное предложение».

1. Напишите от 3до 5 преимуществ вашего продукта, то есть: чем вы известны/что вы делаете хорошо?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

2. Напишите от 3 до 5 аспектов, которые ожидает/хочет ваш потребитель от вашего продукта?

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

3. Напишите к чему следует стремиться, чтобы удовлетворить потребности клиентов.

_____

_____

_____

4. Составьте список из ключевых слов и фраз, которые важно включить при описании продукта, в ценностное предложение. Подумайте об основных характеристиках, преимуществах, отличий от конкурента вашего продукта.

Ключевые слова:

_____

_____

Ключевые фразы:

_____

_____

5. Выберите самые важные аспекты из пункта 4.

---

6. Сейчас вы уже готовы сделать самое главное: составить ценностное предложение продукта, используя характеристики из пункта 5 (не более одного - двух предложений).

_____

_____

Не останавливайтесь на одной идее, будьте открыты к мозговым штурмам, исправлениям или предложениям от вашей команды. После сравнения и анализа возможных вариантов выберете наиболее подходящий вариант.

7. Тестирование ценностного предложения.

- Во-первых: это правда? Мы можем в это верить?

- Во-вторых: отличает ли нас от конкурентов? Как? Почему?
- В-третьих: можем ли мы жить с данным ценностным предложением?
- В-четвертых: заставляет ли оно нас улыбаться?
- В конечном итоге, будут ли наши клиенты, поставщики, общественность принимать его, когда столкнутся с ним в маркетинге и продвижении, или просто скажут: «И что?».

Тема6. Клиентское развитии, поиск и изучение клиентов.

Задание 1. Делова игра «Снежинки».

Смысл игры

Команды вырезают из бумаги снежинки и продают их заранее "назначенным" покупателям. Выигрывает команда, которая заработала больше денег по результатам 5-ти раундов. Подвох в том, что все покупатели разные и по-разному оценивают красоту снежинки, а соответственно и по-разному назначают цену за нее. Тот, кто быстрее и лучше других поймет своих клиентов и сможет предоставить тот продукт, за который готовы платить дорого – победит.

Правила и организационные моменты

Игру можно проводить на аудиторию от 15 до 120 человек (границы условные). Участники должны быть поделены на команды по 4-8 человек. Каждая команда и будет компанией, производящей и продающей снежинки. Кроме команд, для игры понадобятся клиенты – люди, которые будут покупать снежинки. На каждые 3-4 команды должен быть 1 клиент.

(Подробные правила игры приведены в учебно-методическом комплексе).

Задание 2. Изучение клиента.

- Выдвиньте три гипотезы о своих клиентских сегментах;
- составьте шаблон интервью с каждым из клиентских сегментов;
- выберите один из клиентских сегментов и сделайте интервью с 50 представителями этого сегмента;
- проанализируйте полученную информацию: какие гипотезы были подтверждены, какие опровергнуты, какие инсайты получили.

Тема7. Анализ конкурентов.

Задание. Анализ конкурентов

1. Сделайте список прямых конкурентов и товаров-заменителей;
2. заполните таблицу по конкурентам;

3. составьте карту позиционирования;
4. сформулируйте свое конкурентное преимущество;
5. найдите на их основе наиболее выгодное для себя позиционирование.

Шаблон «Анализ конкурентов и ответ компании»

Конкурент	Преимущества/недостатки		Важность для потребителя	Наш ответ
К 1	Преимущества			
	Недостатки			
К 2	Преимущества			
	Недостатки			
К 3	Преимущества			
	Недостатки			
К 4	Преимущества			
	Недостатки			

Для выполнения данного задания студентам необходимо провести анализ конкурентов
и заполнить таблицу «Анализ конкурентов и ответ компании». Важно, чтобы при заполнении колонки о важности, студенты опросили потребителей (минимум 5), а не делали это на основе своих представлений о них, ведь гипотезы студентов м огут расходиться с реальностью.

Сначала составляется список преимуществ и недостатков конкурентов (вари анты составления: на основе анализа отзывов, мозгового штурма, опроса потреби телей — что они считают преимуществами и недостатками), затем этот список предлагае

тся потребителям с просьбой отметить, насколько данный параметр важен по ш кале от 0 до 5. где 0 — совсем не важен, 5 — крайне важен.

Для записи результатов опроса по каждому из потребителей-респондентов удобно
использовать следующую таблицу.

Таблица оценки важности преимуществ/недостатков продукта потребителем (для опроса/интервью)

От 0 до 5: 0 – совсем не важно, 5 – крайне важно

Преимущество/недостаток продукта	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
П1						
П2						
П3						
Н1						
Н2						
Н3						

После сбора ответов результаты суммируются, выводится среднее значение

важности, которое и ставится в таблицу «Анализ конкурентов» в графу «Важност ь для потребителя».

Тема 8. Анализ рынка. Оценка потенциала рынка.

Задание . Оценка потенциала рынка.

Для своей идеи стартапа посчитайте рынок двумя способами: снизу вверх, с верху
вниз.

Нужны два показателя:

- SAM (сколько заработают конкуренты вместе с вами)?
- SOM (сколько заработаете только вы)?

Пояснение к заданию

Важно, чтобы при использовании внешних данных студенты ставили ссылк и на

источники: это даст понимание надежности данных.

Раздел 3. MVP. От идеи к продукту.

Тема 9. Минимальный жизнеспособный продукт (MVP)

Контрольные вопросы:

1. Что такое MVP?
2. Отличия MVP от технологического прототипа.
3. Процесс создания MVP.
4. Типы MVP.
5. Что не является MVP.

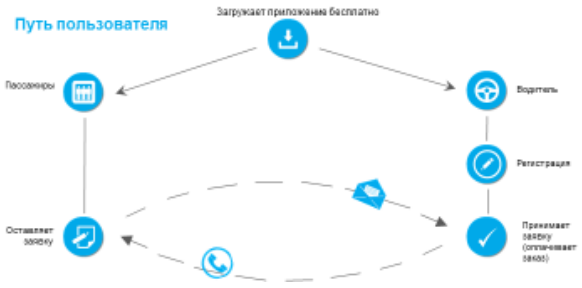
Задание

1. Сделать MVP проекта;
2. протестировать минимум на 10 представителях сегмента;
3. представить результаты работы.

Кейс «MVP»

В республике Дагестан живут очень дружные и гостеприимные люди. Очень часто едут на свадьбы и мероприятия большой компанией. Коллективы выбираются на совместный отдых в места достопримечательностей. После новогодних праздников компания друзей решили отдохнуть на горнолыжном курорте «Чендырчеро». Найти транспорт оказалось большой проблемой. Обзвонив знакомых водителей, которые предлагают услуги выездов в места отдыха, никого не нашли. Тогда у ребят возникла мысль, а почему бы не создать приложение, через которое можно заказывать пассажирские маршрутки и автобусы для выездов загород. Так появился проект «Маршрутка». Он решает проблему пассажиров (сложно найти транспорт для групповых поездок) и водителей (сложно найти клиентов для частных поездок).

Путь клиента – пользователя будущим приложением, представлен в виде схемы (студентам будет приведена на доске).



Определив целевую аудиторию, составив портрет потребителя, проведя проблемные интервью, изучив конкурентов, ребята составили прототип приложения.

Прототип приложения «Маршрутка»

В связи с приведенными данными, необходимо:

1) выяснить правильность и удобство созданного прототипа (на основе теоретического материала по теме разобрать все возможные виды создания и представления прототипов); предложить свой вариант прототипа данного проекта;

2) продумать, как с помощью данного прототипа будет вноситься оплата за проезд пользователями приложения;

3) выяснить какие особенности приложения важны для пользователей и по какой причине (дизайн, возможность дозвона до водителя или другое):

- выбрать гипотезу, которую необходимо подтвердить или опровергнуть в ходе проведения интервью,
- создать непосредственно опросник для проведения решенческого интервью).

Правила и организационные моменты.

Время работы над ситуацией: 35 мин.

Техника работы с ситуацией: учебная группа, разделенная на команды. Результатом работы в группах станут плакаты с видоизмененным прототипом, а также опросник для проведения решенческого интервью.

Участники должны быть поделены на команды по 4-5 человек. Каждая команда будет предлагать свой вариант прототипа.

Помещение и мебель

- Помещение, по центру которого расположены столы для команд.
- Столы (2 стола на каждую команду) и стулья (по количеству участников)
- Флипчарт или доска для записи результатов работы команд

Реквизит

- Листы ватмана (по числу команд). Презентация-инструкция для всех

участников.

- Письменный текст ситуации по числу команд

На что обращать внимание при обратной связи:

MVP должно согласовываться с ценностным предложением и нести основную функцию. MVP может быть сырым, поскольку это промежуточная версия, но основной функционал (ключевая функция, ради которой делается проект) должна выполняться. Это может быть пока не программное решение, оно может выполняться вручную, но пользователю должно быть понятно, что это, зачем это и какую боль решает.

MVP должно быть протестировано на потребителях. Студенты должны быть способны ответить на вопрос о том, какие выводы для проекта они сделали из теста MVP на потребителях, какие доработки были (или не были) сделаны по результатам тестирования и как намерены развивать продукт дальше.

Раздел 4. Экономическая составляющая проекта.

Тема 10. Модели монетизации.

Задание. Определение моделей монетизации проекта.

1. Заполните таблицу, определив тип модели;
2. выберите базовую модель;
3. выберите основную модель монетизации;
4. выберите дополнительную (запасную) модель монетизации;
5. протестируйте модель монетизации, проведя три интервью с потенциал ьными потребителями.

Шаблон «Модели монетизации».

Модель	**«Основная»/ «Запасная»/ «Не подходящая»**
Подписка	
Фримиум	
Тестирование	
Полностью платный доступ	
Микротранзакции	
Реклама и генерирование продаж (партнерские программы)	

Тема 11. Метрики стартапа и экономика продукта.

Задание .

Поставьте целевые показатели (ключевые метрики) проекта

Шаблон. Ключевые метрики проекта

Целевой показатель	**Значение целевого показателя сейчас**	**Целевое значение показателя через полгода после начала продаж**	**Целевое значение показателя через год после начала продаж**

Тема 12. Финансы стартапа.

Задание.

1. Спрогнозируйте доходы;
2. выявите постоянные и переменные расходы;
3. выявите факторы (драйверы) роста доходов;
4. выявите внешние и внутренние ограничения для роста проекта.

Тема 13. Бизнес-модель

Задание. Описание бизнес-модели

Контрольные вопросы:

1. Из каких блоков состоит карта бизнес- модели?
2. Что представляет собой методика Lean Startup
3. Какие циклы тестирования гипотез вам известны?
4. Как выглядит схема работы с тестированием гипотез?

Задание

1. Описать бизнес-модель своего проекта: заполнить шаблон «Карта бизнес - модели».
2. Проверить гипотезы, сделав интервью с потребителями.
3. Обновить бизнес-модель своего проекта по результатам проверки гипотез.

Шаблон «Карта бизнес-модели (BUSINESS MODEL MAP)»

<table>
<tr><td colspan="3">3 РЕШЕНИЕ/ОБЕЗБОЛИВАЮЩЕЕ

Какоерешениевыпредлагаете?
Какбудетпроходитьобезболивание?
Какбудутсоздаватьсяпреимущества?</td><td colspan="3">2 ПРОБЛЕМА/БОЛЬ

Какиенерешенныепроблемыи болиестьуклиента?</td></tr>
<tr><td>5ПРОДУКТ/ СЕРВ

Что видит пользователь /клиент (LP, MVP, MVF)
Артефакты</td><td>7 ВОРОНКА/ ЦЦД

Цепочка целевых действий пользователя /клиента
Маркетинговая воронка AARRR
Что делают пользователи

Воронка продаж</td><td>4 ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

За счет чего будет создаваться ценность.

Крючки (мотиваторы)
для клиента</td><td>6 КАНАЛЫ

Откуда берутся клиенты?

Какие каналы наиболее эффективны?
Емкость каналов?</td><td>1 КЛИЕНТСКИЕ СЕГМЕНТЫ

Характеристики клиентов,
Портреты,
Архетипы

Для B2C – о чем он думает, из чего состоит его день?

Для B2B – Как он принимает решение?
Кто ЛПР?</td><td>8 РЫНОК

Размер рынка (оценка сверху, оценка снизу)

Конкуренты и альтернативные решения

Тип рынка

Размер возможности

TAM, SAM, SOM</td></tr>
<tr><td colspan="2">10 СТРУКТУРА РАСХОДОВ
Структура постоянных расходов
– G&A
– R&D
– Маркетингипродажи
и др.</td><td>11 UNIT-ЭКОНОМИКА

#UserAcquisition x (– CPA + ARPPU x C1) = PROFIT</td><td colspan="3">9 СТРУКТУРА ДОХОДОВ (МОДЕЛЬ МОНЕТИЗАЦИИ)

Как бизнес будетзарабатывать?</td></tr>
</table>

Раздел 6. Продвижение продукта
Тема 14.Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей. Постановка продаж

Контрольные вопросы:

1. Каковы принципы воронки бизнеса?
2. Из каких этапов состоит маркетинговая воронка?
3. Какие типы источников трафика различают?
4. С помощью каких каналов коммуникации выстраивается связь с клиентом?
5. Каким образом подсчитываются показатели в интернет-маркетинге?

Задание.

1. Определить необходимые площадки на основе профиля целевой аудитории;

2. создать и запустить (на выбор) сообщество, сайт/лендинг, страницу в катал оге;
3. настроить рекламную кампанию.

Выбор каналов коммуникаций должен соответствовать целевой аудитории. Выбор
инструментов продвижения должен быть обоснован. Если была запущена кампан ия
по продвижению – анализ результатов.

Тема 15. PR стартапа.

Задание.

1. выберите СМИ, которые могут быть потенциально заинтересованы в теме в ашего проекта;
2. выпишите журналистов, которые пишут в них по вашей теме;
3. выпишите новостные поводы, по которым они обычно пишут статьи/за метки;
4. найдите контакты этих журналистов и/или изданий;
5. сделайте на основе собранной информации таблицу — базу журналистов;
6. придумайте новостной повод для различных изданий.
7.

Тема 16. Тестирование каналов и подготовка к масштабированию.

Контрольные вопросы:

1. Какой бизнес называется масштабируемым?
2. Что такое трекшн-карта?

3. Что собой представляет процесс тестирования каналов?
4. Каким цветом и как помечаются ячейки трекшн-карты?

Задание.

Заполните шаблон трекшн-карты по проекту. Перечислите свои клиентские сегменты и каналы, пометьте, где вы сейчас находитесь в каждом из них. Определите текущее узкое место по шестишаговому алгоритму или два-три узких места на неделю, в двух-трех сегментах или каналах. И выпишите HADI-циклы для проверки гипотез, соответствующих этим узким местам, — в чем гипотеза, что будете делать, какие данные собирать и как планируете делать из них выводы. А через неделю сравните то, что запланировали, с тем, что реально делали, и повторите этот процесс.

Шаблон трекшн-карты.

Готов MVP	Решение подтверждено	Есть 1-я продажа руками	Название канала	Ценностное предложение для канала сформировано	Привлечены пользовател и из канала	Есть инструмент продаж в канале	Есть 1-я продажа в канале	Есть N продаж в канале	Экономика сходится в канале	Экономика сходится при масштабир овании	Seed	Примечание

Раздел 7. Ресурсы и инвестиции

Тема 17. Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов.

Задание.

1. сформировать структурированный список участников экосистемы поддержк и интернет-предпринимателей;
2. создать список источников, из которых возможно достать контакты бизнес-ангелов и фондов;

3. подготовить список целевых фондов и источников финансирования (и/или п оддержки) для вашего стартапа.

Шаблон «Участники экоосистемы поддержки интернет-предпринимателей»

	Федеральные	*Региональные (указать название региона)*
Институты развития и их представительства		
Венчурные фонды		
Бизнес-инкубаторы		
Акселераторы		
Технопарки		
Программы грантовой поддержки		
Программы менторов/наставников (опционально)		
Бизнес-ангелы (опционально)		

В списке должны быть представлены региональные участники экосистемы. Список целевых фондов должен быть составлен с учетом специализации фонда (отрасль, этапы финансирования) и специфики проекта.

Тема 18. Подготовка питча для инвесторов

Задание.

Подготовьте презентацию своего проекта для инвестора.

Шаблон «Рекомендуемая структура презентации»:

1. Команда проекта.
2. Возможность.
3. Продукт/решение.
4. Бизнес-модель.
5. Метрики и экономика (не для всех видов проектов).
6. Рынок.
7. Потребность в финансировании.
8. План разработки.

9. Маркетинговый план.
10. Финансовый план.
11. Оценка проекта.
12. Возможная стратегия выхода инвестора.

Темы рефератов

1. Экосистема рекламной деятельности: ориентация на продажи
2. Особенности моделей монетизации
3. Роль ИТ и управления в развитии бизнеса
4. Венчурные фонды и их роль в развитии бизнеса
5. Интернет- индустрия и ее влияние на экономику
6. Роль бизнес - ангелов в финансировании инновационного бизнеса
7. Роль интернет – аукционов в вопросах реализации товара
8. Актуальные вопросы оптимизации контента для продвижения сайта в поисковых системах
9. Сравнительный анализ каскадного и гибкого методологий управления проектами
10. Борьба с теневой экономикой
11. Электронные платежные системы, их преимущества и недостатки
12. Стандартные приемы использования тизерной рекламы
13. Актуальные проблемы использования SEO для продвижения сайта
14. Проблемы развития стартапов в России
15. Реклама в месседжерах и ее особенности
16. Особенности использования медийной рекламы для продвижения товара в сети Интернет

Раздел III. Промежуточный контроль

Цель промежуточного контроля знаний – установить уровень сформированности знаний по окончанию изучения раздела. Проводится на предпоследнем занятии при изучении раздела. Результат контроля используется для корректировки организации деятельности учащихся по обобщению и систематизации знаний. Итоговые знания будут оцениваться в баллах.

Промежуточный контроль по результатам работы на занятиях (участие в об суждениях,
решение кейсов), выполнению домашних заданий и подготовленного студентами письменного задания.

Предусматривается выполнение студентами на семинарах и практических за нятиях аудиторных заданий, предусматривающих: анализ ситуаций по материалам практических ситуаций (кейсов), предложение решений кейсов, оце нке рынка, обоснование набора характеристик продукта, выбора каналов маркетинговых коммуникаций, предложение набора м ероприятий по продвижению продукта.

Промежуточные задания даются после лекции и представляют собой шаги по созданию интернет-проекта:

1. Формирование бизнес-идей и их отбор.
2. Описание концепции проекта и ценностного предложения.
3. Выбор и описание бизнес-модели своего проекта. Проверка гипотез.
4. Анализ и оценка объема рынка. Характеристика целевой аудитории.
5. Проведение анализа конкурентов. Выработка позиционирования.
6. Коммуникационный план продвижения продукта.
7. Формирование модели монетизации проекта. Постановка целевых показателей проекта
8. Создание MVP своего проекта. Тестирование его на представителях целевой аудитории доработка MVP.

Кейс 1. Анализ причин успеха интернет-проекта.

Кейс 2.Анализ причин неудачного выведения на рынок интернет-проекта.

Проекты для анализа выбираются студентами самостоятельно и согласовываются с преподавателем.

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Итоговый контроль знаний – групповой проект, выполняемый пошагово в процессе прохождения курса и защищаемый в устной форме. Проект охватывает все темы курса, должен являться результатом самостоятельной научно-исследовательской работы студентов и показывать как знание теории, так и умение применять его для практических целей выведения на рынок интернет-проекта.

Требования к итоговому проекту:

1. Формат проведения: защита проекта.
2. Выбор компании: идеи для интернет-компании выбираются студентами в малых группах самостоятельно в начале курса и не могут повторяться. Необходима консультация с преподавателем для утверждения проекта.
3. Работа (полный текст проекта) должна быть оформлена согласно правилам оформления письменных работ, иметь титульный лист.
4. Презентация по проекту присылается за день до защиты и представляется в формате Power Point, Keynote или аналогичном. Максимальный объем презентации составляет 12-15 слайдов (20 минут). В итоговом проекте оценивается качество представленного анализа и

проработки предлагаемой маркетинговой стратегии, а так же презентация и защит а проекта перед аудиторией. Оценка за итоговый проект формируется следующим образом (О проект):
О проект = 0,5·Осодержание + 0,5·Опрезентация

КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ЭКЗАМЕНЕ

Сумма баллов всего по дисциплине	Оценка /зачет	критерии оценивания
85 – 100	*«отлично»*	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал различной литературы, правильно обосновывает принятое нестандартное решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по формированию общепрофессиональных компетенций.
75 - 84	*«хорошо»*	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также имеет достаточно полное представление о значимости знаний по дисциплине.
51 – 74	*«удовлетво-рительно»*	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности,

		недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает сложности при выполнении практических работ и затрудняется связать теорию вопроса с практикой.
менее 51	*«неудовлетворительно»*	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по данной дисциплине.

ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ / ПРОЕКТОВ

(не предусмотрено)

IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Процедура оценивания – порядок действий при подготовке и проведении аттестационных испытаний и формировании оценки.

Процедура промежуточной аттестации проходит в соответствии с Положением о промежуточной аттестации знаний студентов и учащихся ДГУНХ.

- Аттестационные испытания проводятся преподавателем (или комиссией преподавателей – в случае модульной дисциплины), ведущим лекционные занятия по данной дисциплине, или преподавателями, ведущими практические и лабораторные занятия (кроме устного экзамена). Присутствие посторонних лиц в ходе проведения аттестационных испытаний без разрешения ректора или проректора по учебной работе не допускается (за исключением работников университета, выполняющих контролирующие функции в соответствии со своими должностными обязанностями). В случае отсутствия ведущего преподавателя аттестационные испытания проводятся преподавателем, назначенным письменным распоряжением по кафедре (структурному подразделению).
- Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, имеющие нарушения

- опорно-двигательного аппарата, допускаются на аттестационные испытания в сопровождении ассистентов-сопровождающих.
- Во время аттестационных испытаний обучающиеся могут пользоваться программой дисциплины, а также с разрешения преподавателя справочной и нормативной литературой, непрограммируемыми калькуляторами.
- Время подготовки ответа при сдаче зачета/экзамена в устной форме должно составлять не менее 40 минут (по желанию обучающегося ответ может быть досрочным). Время ответа – не более 15 минут.
- При подготовке к устному экзамену экзаменуемый, как правило, ведет записи в листе устного ответа, который затем (по окончании экзамена) сдается экзаменатору.
- При проведении устного экзамена экзаменационный билет выбирает сам экзаменуемый в случайном порядке.
- Экзаменатору предоставляется право задавать обучающимся дополнительные вопросы в рамках программы дисциплины текущего семестра, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи, которые изучались на практических занятиях.
- Оценка результатов устного аттестационного испытания объявляется обучающимся в день его проведения. При проведении письменных аттестационных
- испытаний или компьютерного тестирования – в день их проведения или не позднее следующего рабочего дня после их проведения.
- Результаты выполнения аттестационных испытаний, проводимых в письменной форме, форме итоговой контрольной работы или компьютерного тестирования, должны быть объявлены обучающимся и выставлены в зачётные книжки не позднее следующего рабочего дня после их проведения.

Порядок подготовки и проведения промежуточной аттестации в форме экзамена

действие	**сроки**	**методика**	**ответственный**
выдача вопросов для промежуточной аттестации	1 неделя семестра	на лекционных /практических и др.занятиях, на офиц.сайте и др.	ведущий преподаватель
консультации	последняя неделя семестра/период сессии	на групповой консультации	ведущий преподаватель
промежуточная аттестация	в период сессии	устно	ведущий преподаватель,

			комиссия
формирование оценки	на аттестации		ведущий преподаватель, комиссия