

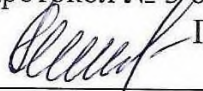
Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Антипова Наталья Викторовна
Должность: и.о. директора филиала
Дата подписания: 29.06.2026 19:39:11
Уникальный программный ключ:
fae5412acb1bf810dc69e6bc004ac45622b84b3a

Приложение 6
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 09.03.02
Информационные системы и технологии
направленность (профиль) программы
Системы и технологии искусственного интеллекта

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Улан-Баторский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова



Одобрено
На заседании Совета Улан-Баторского
филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Протокол № 3 от 23 октября 2025 г.
 Председатель совета
Н.В. Антипова

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине Цифровой бизнес

Направление подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии

Направленность (профиль) программы Системы и технологии искусственного интеллекта

Уровень высшего образования Бакалавриат

Год начала подготовки 2026

Улан-Батор – 2025 г.

Рабочая программа одобрена на заседании междисциплинарной кафедры Улан-Баторского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

протокол № 3 от 23 октября 2025 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине «Цифровой бизнес»

ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ И ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)	Наименование контролируемых разделов и тем
ПК-2. Способен планировать и организовывать аналитические работы с использованием технологий больших данных	ПК-2.1. Разрабатывает, обсуждает и утверждает содержания аналитических работ с использованием технологий больших данных	ПК-2.1. 3-1. Знает возможности имеющейся у исполнителя методологической и технологической инфраструктуры анализа больших данных ПК-2.1. 3-2. Знает стандарты проведения анализа данных	Тема 1 Теоретические основы цифрового бизнеса. Тема 2. Принципы и подходы цифровой трансформации бизнеса. Тема 3. Цифровая экономика и индустрия 4.0: тенденции и перспективы развития электронного. Тема 4. Цифровой маркетинг. Тема 5. SEO как эффективный инструмент e-маркетинга. Тема 6. Процессы управления в цифровой экономике.
		ПК-2.1. У-1. Умеет планировать аналитические работы с использованием технологий больших данных	
ПК-5. Способен выявлять требования к ИС	ПК-5.1. Осуществляет сбор данных о запросах и потребностях заказчика применительно к ИС	ПК-5.1. 3-1. Знает устройство и функционирование современных ИС ПК-5.1. 3-2. Знает современные задачи цифровых платформ, решаемых с использованием сквозных технологий.	Тема 1 Теоретические основы цифрового бизнеса. Тема 2. Принципы и подходы цифровой трансформации бизнеса. Тема 3. Цифровая экономика и

		ПК-5.1. У-1. Умеет разрабатывать документы ПК-5.1. У-2. Умеет внедрять цифровые сервисы на основе сквозных технологий	индустрия 4.0: тенденции и перспективы развития электронного. Тема 4. Цифровой маркетинг. Тема 5. SEO как эффективный инструмент е-маркетинга. Тема 6. Процессы управления в цифровой экономике.
ПК-6. Способен документировать существующие бизнес-процессы организации заказчика (реверс-инжиниринг бизнес-процессов организации)	ПК-6.2. Согласовывает с заказчиком описание бизнес-процессов	ПК-6.2. З-1. Знает современный отечественный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности. ПК-6.2. У-1. Умеет анализировать исходную документацию, составлять документы при согласовании работ по автоматизации, учитывая специфику бизнес-процессов предприятия.	Тема 1 Теоретические основы цифрового бизнеса. Тема 2. Принципы и подходы цифровой трансформации бизнеса. Тема 3. Цифровая экономика и индустрия 4.0: тенденции и перспективы развития электронного. Тема 4. Цифровой маркетинг. Тема 5. SEO как эффективный инструмент е-маркетинга. Тема 6. Процессы управления в цифровой экономике.
ПК-9. Способен проектировать и дизайн ИС.	ПК-9.1. Разрабатывает структуру программного кода ИС.	ПК-9.1. З-1. Знает инструменты и методы проектирования и дизайна ИС. ПК-9.1. З-2. Знает современные инструменты и методы управления организацией, в том числе методы планирования деятельности, распределения поручений, контроля исполнения, принятия решений.	

		ПК-9.1. У-1. Умеет верифицировать структуру программного кода. ПК-9.1. У-2. Умеет проектировать структуру и дизайн современного программного обеспечения.	Тема 1 Теоретические основы цифрового бизнеса. Тема 2. Принципы и подходы цифровой трансформации бизнеса. Тема 3. Цифровая экономика и индустрия 4.0: тенденции и перспективы развития электронного. Тема 4. Цифровой маркетинг. Тема 5. SEO как эффективный инструмент е-маркетинга. Тема 6. Процессы управления в цифровой экономике.
--	--	---	---

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Перечень учебных заданий на аудиторных занятиях

Индикаторы достижения ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1

Тема 1. Теоретические основы цифрового бизнеса.

Вопросы для опроса (О.)

1. Чем архитектура веб-приложений отличается от традиционной?
2. Какие возможности предоставляют веб-технологии в рамках разработки распределенных ИС?
3. Объясните идеологию мобильных пользователей и эффект для бизнеса.
4. Какие методы могут быть реализованы в ИС?
5. Назовите средства работы с распределенными данными.
6. Как интернет-технологии стали применимыми в бизнесе, какие свойства Интернет этому способствовали?
7. В чем состоит влияние информационной революции на экономику и бизнес?
8. Назовите три фактора, определяющие значение Интернет для бизнеса.

Тематика эссе:

1. Влияние информационной революции на экономику и бизнес.
2. Основные модели бизнеса.
3. Назовите три фактора, определяющие значение Интернет для бизнеса.

4. Определите взаимное влияние развития информационных технологий и процессов в экономике.
5. Организация и развитие цифрового бизнеса.
6. Юридическое обеспечение цифрового бизнеса.

Индикаторы достижения ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1

Тема 2. Цифровая экономика и индустрия 4.0: тенденции и перспективы развития электронного бизнеса и электронной коммерции.

Вопросы для опроса (О.)

1. Что такое открытые стандарты? Какие еще типы стандартов бывают?
2. Роль открытых стандартов в Интернет.
3. Опишите экономический и социальный эффект от программного обеспечения с открытым исходным кодом.
4. Какая основная цель применения веб-интерфейсов в ИС?
5. Какие достоинства и недостатки можно назвать у применения веб-интерфейсов?

Тематика эссе:

1. Влияние информационной революции на экономику и бизнес.
2. Типы стандартов в электронном бизнесе
3. Роль открытых стандартов для свободного программного обеспечения
4. Веб-интерфейсы в информационных системах
5. Варианты реализации веб-интерфейсов
6. Проектирование веб-интерфейсов

Индикаторы достижения ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1

Тема 3. Цифровая экономика и индустрия 4.0: тенденции и перспективы развития электронного бизнеса и электронной коммерции.

Вопросы для опроса (О.)

1. Опишите этапы процесса создания сайта. Являются ли все этапы создания веб-сайта обязательными?
2. Назовите основные функции корпоративных порталов.
3. Каким образом ИС компании может быть интегрирована с веб-сайтом.
4. Роль CMS в интеграции веб-сайта с ИС.
5. Назовите основные особенности корпоративной рекламы.
6. Возможности корпоративных порталов.
7. Дайте классификацию веб-сайтов.
8. Какие существуют критерии выбора того или иного уровня цифрового бизнеса?
9. Что такое сайт-сервис, опишите основные отличия от веб-представительства.
10. Опишите основные критерии выбора CMS.
11. Какие CMS существуют на российском рынке? Дайте краткую характеристику.
12. Основные функции CMS.

Вопросы для групповой дискуссии (Гр.д.)

1. Мировой опыт реализации новых технологических инициатив.
2. Признаки, технологии и риски Индустрии 4.0.
3. Потенциальные выгоды от внедрения технологий Индустрии 4.0.
4. Прогнозные значения эффектов от внедрения технологий Индустрии 4.0 в России.

5. Возможности и перспективы российского рынка электронной коммерции.

Тематика индивидуальных проектов:

1. Проектирование и создание веб-сайта конкретного предприятия по заданию преподавателя.
2. Технологии и инструменты для систем цифрового бизнеса. Сравнительный анализ подходов и основных производителей.
3. Характеристика технологий и средств создания Интернет-магазина.
4. Технологии для создания электронных торговых площадок.

Индикаторы достижения ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1

Тема 4. Принципы и подходы цифровой трансформации бизнеса.

Вопросы для опроса (О.)

1. Опишите этапы процесса создания сайта. Являются ли все этапы создания веб-сайта обязательными?
2. Назовите основные функции корпоративных порталов.
3. Каким образом ИС компании может быть интегрирована с веб-сайтом.
4. Роль CMS в интеграции веб-сайта с ИС.
5. Назовите основные особенности корпоративной рекламы.
6. Возможности корпоративных порталов.
7. Дайте классификацию веб-сайтов.
8. Какие существуют критерии выбора того или иного уровня цифрового бизнеса?
9. Что такое сайт-сервис, опишите основные отличия от веб-представительства.
10. Опишите основные критерии выбора CMS.
11. Какие CMS существуют на российском рынке? Дайте краткую характеристику.
12. Основные функции CMS.

Вопросы для групповой дискуссии (Гр.д.)

1. Web-сайт в электронном бизнесе.
2. Роль и функции Web-сайта в электронном маркетинге. Типы веб-ресурсов.
3. Стратегия продвижения с использованием цифровых инструментов, в том числе и социальных сетей.
4. Характеристика основных форм рекламы в Интернете.
5. Контент и его виды. КРП как основа принятия решений.

Тематика индивидуальных проектов:

1. Проект создания веб-сайта конкретного предприятия по заданию преподавателя

Индикаторы достижения ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1

Тема 5. SEO как эффективный инструмент e-маркетинга.

Вопросы для групповой дискуссии (Гр.д.)

1. SEO (search engine optimization) – основные понятия.
2. Понятие о ссылочном ранжировании.
3. Понятие о семантическом ядре сайта.
4. Современные инструменты и сервисы для продвижения сайта, поиска и анализа ключевых слов.

Тематика индивидуальных проектов:

2. Проект создания веб-сайта конкретного предприятия по заданию преподавателя

Индикаторы достижения ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1

Тема 6. Процессы управления в цифровой экономике.

Вопросы для опроса (О.)

1. В чем особенности управления проектами в области цифрового бизнеса?
2. Чем отличается управление проектом в сфере цифрового бизнеса от традиционного подхода?
3. Этапы создания проекта.
4. Бюджетирование проекта.
5. Риски, связанные с управлением проектами в цифровом бизнесе.

Вопросы для групповой дискуссии (Гр.д.)

1. Принятие решений в условиях цифровой экономики.
2. Основы принятия управленческих решений. Типы и классификация управленческих решений.
3. Детерминанты решений в цифровой экономике.
4. Процесс принятия решений в цифровой экономике.
5. Специфика и ограничения принятия решений в цифровой экономике.
6. Контроль в цифровой экономике. Изменение сущности контроля при цифровой трансформации.
7. Стандарты и показатели контроля в цифровой экономике.

Тематика индивидуальных проектов:

3. Проект создания веб-сайта конкретного предприятия по заданию преподавателя

Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется обучающемуся, если он в состоянии продемонстрировать широкие знания темы дискуссии, знание теории исследуемой области, знаний в области поиска необходимой для выполнения работы информации; (*соответствие индикатору, ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.*);
- 4 баллов выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, данной дисциплины исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой; (*соответствие индикатору, ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.*);
- 3 балла выставляется студенту, если он по запросу преподавателя в состоянии продемонстрировать основные (базовые) знания; (*соответствие индикатору, ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.*);
- 0 баллов выставляется студенту, если студент не в состоянии продемонстрировать знания.

Перечень учебных заданий на аудиторных занятиях

Комплексный учебный проект

«Разработка бизнес-плана создания и вывода на рынок коммерческого Интернет-проекта»

Каждый проект выполняется студентом или малой группой студентов (2-3 человек) творчески, исходя из личных предпочтений (увлечения, хобби, интерес к той или иной отрасли и т.д.) на основе предложенного алгоритма действий для детального, глубокого и всестороннего изучения деятельности компаний цифрового бизнеса. Бизнес-план должен

учитывать специфику Интернет-проекта, отрасли и электронного рынка. Ниже приведены задания, выполнение которых необходимо отразить в бизнес-плане и его презентации.

Для построения календарного плана и финансовой модели проекта, а также для проведения финансовых расчетов используется программный продукт Project Expert.

Результаты заданий 1-7 необходимо представить в виде текстового файла и презентации в MS PowerPoint.

Индикаторы достижения ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1

Задание № 1. Изложить идею startup company в выбранной нише. Формулировка целей и оценка жизнеспособности проекта.

1.1. Определение названия проекта

Определите название проекта. Название проекта должно отражать его ожидаемый результат. На титульном листе необходимо указать также ФИО слушателей и номер группы.

1.2. Идентификация участников проекта

Идентифицируйте основных участников проекта, заполнив рис. 6.1. «Участники проекта», необходимо указать физических или юридических лиц, участвующих в проекте. Требуется заполнить следующие позиции (некоторые роли могут отсутствовать в проекте).

Инициатор проекта — лицо или организация, запустившее проект.

Заказчик — лицо, выступающее в роли постановщика требований.

Владелец проекта — представитель заказчика, взаимодействующий с разработчиком (командой по реализации) проекта.

Инвесторы — финансирующие проект организации/лица.

Потребители конечной продукции проекта — пользователи результата проекта (системы, продукта, услуги).

Менеджер проекта — руководитель команды проекта.

Команда проекта — полный состав специалистов и их ролей, задействованных в реализации проекта, кроме менеджера.

Другие заинтересованные стороны — остальные, связанные с проектом лица.

Конкуренты основных участников проекта — организации, конкурирующие с заказчиком проекта.

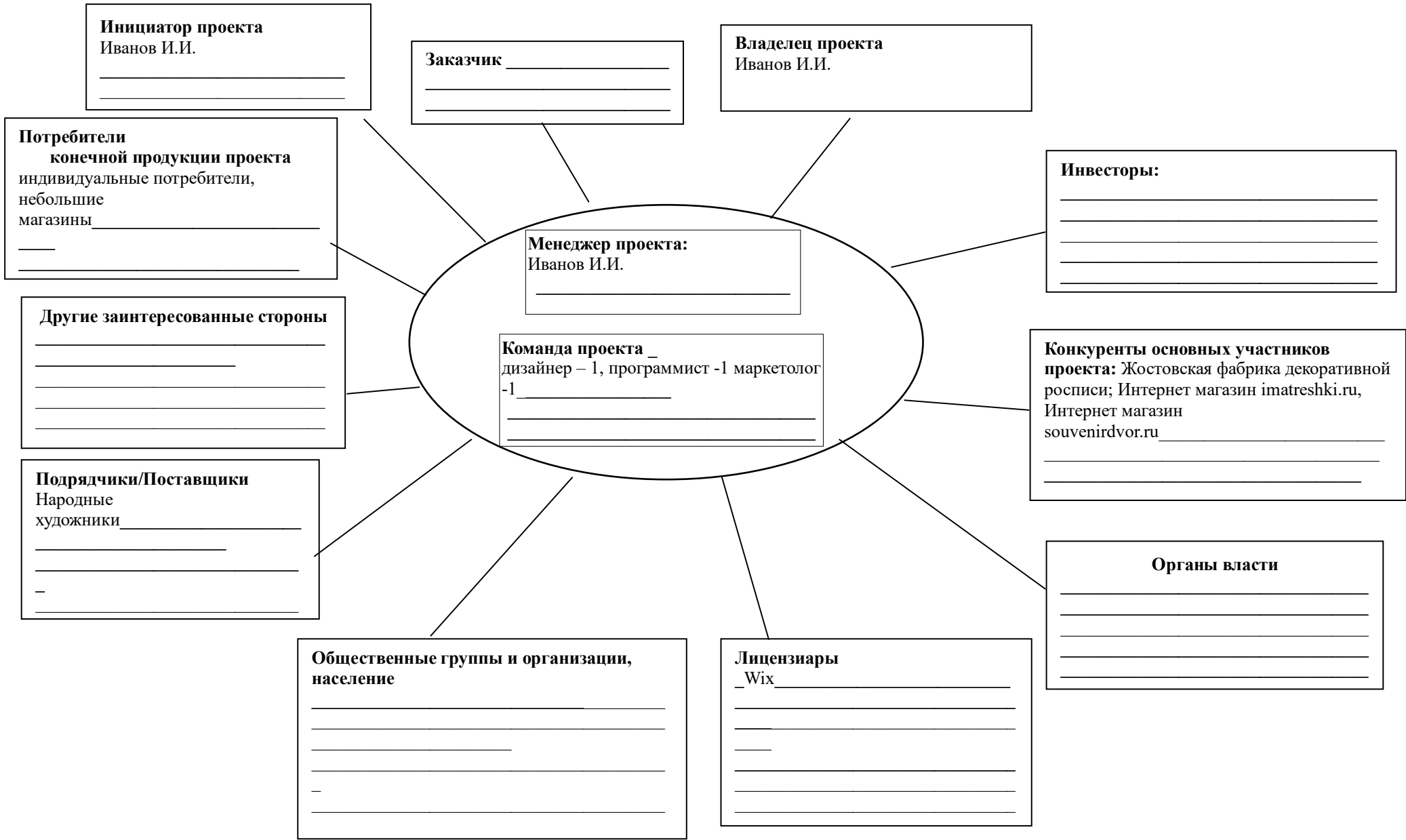
Подрядчики/Поставщики — компании-поставщики продукции и услуг, которые будут использованы для достижения конечного результата.

Общественные группы и организации, население — указать, участвуют ли в процессе и в каком качестве (актуально для широкомасштабных проектов).

Лицензиары — лица, предоставляющие лицензии на компоненты, используемые при реализации проекта (например, разработчики программного обеспечения).

Органы власти — государственные организации, задействованные в проекте. Их влияние может быть косвенным, но их стоит указать для организации взаимодействия с ними.

Рис.1.1. Участники проекта



Результат: представить в Project Expert.

Индикаторы достижения ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1

Задание № 2. Создание концепции Интернет-проекта (определение целей и задач проекта, ситуационный анализ и анализ основных требований). Анализ конкурентной среды startup в выбранной нише, не менее 3 конкурентов.

2.1. Определение целей проекта и критериев их достижения

Определите основные цели бизнеса и Интернет-проекта. Несмотря на небольшой объем выходной информации, это задание имеет высокую важность. От качества формулировки целей проекта зависит качество его исполнения, а также ожидания инвесторов и менеджмента.

Для формирования качественных целей проекта нужно руководствоваться следующими принципами:

- соответствие целей критериям SMART (конкретные, измеримые, достижимые, уместные, ограниченные во времени);
- привязка к конкретному проекту с его сроками реализации и конечным результатом.

Определите критерии достижения целей проекта, заполнив таблицу 2.1. «Критерии достижения целей проекта». Критерии достижения целей проекта дают уточнение общим формулировкам целей. Преимущество стоит отдавать численным критериям, хотя допустимы и качественные показатели. Для повышения привлекательности проекта критерии достижения целей должны быть тесно связаны с важными стратегическими показателями компании, для которой реализуется проект. В зависимости от особенностей проекта, в критериях могут преобладать стандартные экономические или иногда более важные нефинансовые показатели (удовлетворенность сотрудников, качество обслуживания и т.д.) При этом нужно учитывать, что многие нефинансовые показатели можно перевести в денежную форму. Для этого можно сделать оценку финансового эффекта от достижения цели, например, от повышения качества обслуживания. В любом случае, оценки критериев достижения должны быть обоснованы и достижимы в рамках описываемого проекта (с учетом его сроков).

Таблица 2.1. Цели проекта и критерии их достижения (пример заполнения)

№	Цель	Критерии
1	Создание и развитие успешного российского Интернет-магазина	Вывод проекта на окупаемость в течение года, чистый приведенный доход не менее 5 млн руб. за первый год работы (ставка дисконтирования 20%), достижение рентабельности не менее 15%

2.2. Определение основных задач проекта

Задачи направлены на достижение поставленных целей. Задачи относятся к созданию и выводу на рынок Интернет-проекта, к обеспечению его успешного функционирования. Примерами задач могут служить: разработка сайта, вывод Интернет-проекта на российский рынок и обеспечение необходимого размера суточной аудитории; продвижение проекта в Интернете и обеспечение заданных показателей прибыли и рентабельности. Задачи проекта FromЖостово приведены в таблице 2.2.

Таблица 2.2. Задачи проекта и критерии их достижения (пример).

№	Задача	Критерии
1	Разработка современного информативного сайта в фирменном стиле	Разработанный сайт, соответствующий требованиям к дизайну, удобству использования и фирменному стилю, содержащий необходимую информацию о продуктах и услугах компании
2	Обеспечение удобства продаж товаров через сайт	Наличие каталога товаров на сайте с подробными характеристиками и сравнительными таблицами

		Наличие различных систем оплаты, включая системы электронных платежей
3	Вывод Интернет-магазина на российский рынок	Обеспечение посещаемости не менее 2000 уникальных посетителей в день, место в TOP-3 Яндекса и Google по запросам «жостовские подносы» и «жостовская роспись», обеспечение продаж для достижение заданной окупаемости и рентабельности

2.3. Определение ограничений проекта

Определите основные ограничения проекта, т.е. факторы, о которых точно известно, что они будут лимитировать исполнение (например, бюджетные ограничения, законодательство, культура заказчика, и т.д.)

Ограничения обычно носят принципиальный характер, их нельзя изменить. В процессе выполнения последующих заданий следите за тем, чтобы не нарушать эти ограничения. Ограничения проекта вносятся как постановщиками задач (владельцами проекта, заказчиком), так и объективными ограничениями (существующей ИТ-инфраструктурой компании, совместимостью программного обеспечения, регулирующими органами власти).

2.4. Определение допущений проекта

Определите основные допущения проекта - факторы, о которых предполагаются, что они будут действовать во время исполнения проекта.

В отличие от ограничений, допущения носят вероятностный характер и могут не действовать в процессе проекта. Однако их надо учитывать в процессе принятия решений о необходимых ресурсах и процессах. Например, допущение о том, что посетители сайта заинтересованы в оплате товаров электронными методами, используют мобильные устройства для доступа в Интернет, пользуются популярными браузерами повышают требования к конечному результату и ориентируют на определенные приоритеты в его разработке.

Допущения выражают предположения авторов проекта о состоянии внешней и внутренней среды во время реализации. Изложенные в начале документа, они позволяют говорить о правильности остальных частей проекта, которые опираются на ограничения и допущения. Со стороны авторов проекта стоит указать как можно больше значимых допущений, это позволит избежать проблем взаимопонимания об условиях успешности его завершения.

При документировании проекта по созданию веб-сайта основные допущения будут касаться предпочтений посетителей сайта (аудитории), а также обстановки на электронных рынках в конкретной сфере бизнеса. Установленные допущения будут определять требования к проекту, а также на них будет основано принятие проектных решений в процессе реализации. Поэтому, отказ от учета допущений в процессе реализации может привести дополнительные риски в проект, которые стоит учитывать. Особенно это относится к субъективным и экспертным оценкам, которые положены в основу допущений.

2.5. Ситуационный анализ

Ситуационный анализ предполагает анализ внешней среды и внутренних возможностей проекта. В рамках ситуационного анализа рекомендуется выполнить следующие шаги:

2.5.1. Анализ STEPEL-факторов: необходимо оценить социальные, технологические, экономические, политические, экологические и правовые факторы, влияющие на ход проекта.

2.5.2. Анализ рынка и отрасли, оценка емкости рынка. Конкурентный анализ. Анализ клиентов. Сегментирование-таргетирование-позиционирование Интернет-проекта. Определение основных целевых сегментов и целевых аудиторий сайта.

Данные для анализа рынка и отрасли можно взять из многочисленных обзоров, регулярно публикуемых в Интернете, в частности, из исследования «Экономика Рунета»

(экономикарунета.рф).

Результаты анализа конкурентов для проекта должно быть приведено в таблице 2.3

Таблица 6.3. Конкурентный анализ для проекта

Конкуренты	Ассортимент	Ценовая политика	Доставка/оплата	Дизайн и usability	Популярность (видимость, посещаемость)	Соц. медиа

2.5.3. Анализ рынка веб-разработки, поисковой оптимизации и других видов продвижения в Интернете: обоснование выбора подрядчиков.

При выборе подрядчиков помогают рейтинги, регулярно составляемые для Рунета Data Insight, Ruward и другими аналитическими компаниями.

В результате анализа рынка веб-разработки для реализации проекта FromЖостово была выбрана веб-студия МетодЛаб (www.methodlab.ru), обладающая необходимой экспертизой в разработке и технической поддержке Интернет-магазинов, предлагающая высокое качество работы по умеренным ценам.

В качестве подрядчика по продвижению Интернет-магазина FromЖостово было выбрано цифровое агентство Ingate, обеспечивающее полный комплекс услуг в области Интернет-маркетинга, включая поисковую оптимизацию, маркетинг в социальных медиа, перформанс-маркетинг и пр.

2.5.4. SWOT-анализ Интернет-проекта.

SWOT-анализ предполагает анализ сильных и слабых сторон Интернет-проекта, а также внешних возможностей и угроз.

Результаты SWOT-анализа Интернет-проекта представить в таблице 2.4.

Таблица 2.4. Результаты SWOT-анализа проекта

(STRENGTHS) Сильные стороны:		(WEAKNESSES) Слабые стороны:
(OPPORTUNITIES) Возможности:		(THREATS) Угрозы:

Результат: представить в MS Word и в Project Expert.

Индикаторы достижения ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1

Задание № 3. Анализ и определение основных требований к сайту. Разделы Web-сайта – основа информационной структуры проекта. Составить прототип сайта для startup. Представить анализ основных требований к сайту.

В данном задании необходимо определить основные функциональные и нефункциональные требования к сайту:

- 3.1. Определение основных функциональных требований (информационные сервисы, доставка, оплата и пр.).
- 3.2. Определение требований к дизайну и юзабилити.
- 3.3. Определение основных технических требований (хостинг, количество посещений, требования к CMS, к архитектуре, интеграция с другими информационными системами, корректная работа с браузерами (перечислить...) и мобильными платформами (перечислить...) и пр.)
- 3.4. Определение семантического ядра сайта (с помощью Яндекс.Директ, wordstat.yandex.ru и других сервисов) для оптимизации контента.

Технически веб-сайт представляет собой набор файлов различного типа, включая наполнение, элементы дизайна, верстки, образа базы данных и программной части (системы управления). Также важен и организационный аспект — запуск сайта в Интернет, обучение пользователей (администраторов) сайта, передача прав доступа и другие начальные действия. Таким образом, конечный результат может формулироваться как готовый (корректно

функционирующий) веб-сайт, отвечающий определенным требованиям, работающий в сети Интернет на определенном хостинге (сервере). Уточненная формулировка будет зависеть от подробностей проекта, его особенностей в области целей и задач, а также функциональности сайта.

Сформируйте список высокоуровневых требований к конечному результату проекта, заполнив таблицу 3.5 «Список высокоуровневых требований к конечному результату проекта». В этом списке нужно указать все значимые особенности конечного результата, которыми он должен обладать по завершению проекта.

Высокоуровневыми требованиями можно считать решения в области архитектуры веб-сайта, функциональных модулей системы управления или нестандартные детальные требования (например, чтобы веб-сайт имел версию для мобильных устройств). При наличии большого количества требований их можно разбить на группы (наполнение, дизайн, программирование, другие).

Табл 3.5. Список высокоуровневых требований к конечному результату проекта (пример)

№	Наименование требования
1.	Требования к функциональности сайта: • сайт должен предоставлять пользователям/покупателям возможность просматривать каталоги товаров, а также заказывать выбранные товары; • сайт должен интегрироваться с единой информационной системой компании; • сайт должен обладать удобной системой навигации по сайту и просмотру каталога товаров
2.	Требования к CMS: • возможность обновления системы, подключения необходимых модулей; • производительность – до 10000 посещений в сутки; • автономное управление структурой сайта.
3.	Требования к каталогу Интернет-магазина: • Прайс-лист в режиме on-line; • Простой/расширенный поиск по каталогу; • Группировка товаров по типу, алфавиту, фирме-изготовителе; • Формирование корзины товаров.
4.	Требования к разделам сайта: Основные разделы: новости, каталог, рекламные акции, контакты, вакансии

В эту таблицу не стоит включать подробные развернутые требования по отдельным аспектам проекта, они будут собраны в технической документации. Так же, как и в случае с целями, нужно по возможности придерживаться критериев SMART. То есть, требования должны быть конкретными, измеримыми и достижимыми. Например, требование «интуитивно понятного интерфейса» не отвечает этим требованиям, потому что не конкретно и субъективно.

Бриф на дизайн сайта включает требования к визуальной платформе, удобству использования (юзабилити), модульную сетку главной страницы и/или скриншоты прототипа сайта, выполненного на одном из популярных конструкторов сайтов.

Конструктор сайтов – это система из набора инструментов, которая позволяет создавать сайты онлайн и администрировать их без каких-либо специализированных знаний. С её помощью вы сможете выбрать тип будущего сайта (визитка, магазин и т. д.), готовый шаблон дизайна, цветовое оформление и модули, которые будут на нём отображаться. Наиболее популярные конструкторы сайтов представлены ниже:

Wix – наиболее популярный конструктор. Сайты на Wix хорошо индексируются поисковыми системами; имеется возможность создания мобильной версии ресурса и страниц для социальной сети Facebook.

A5 – Очень простой сервис, является аналогом западного Wix. Функционал практически полностью совпадает.

Google Sites является одним из многочисленных сервисов Google., хорошо интегрируется с Google Analytics, Google AdWords.

Nethouse - простой удобный, молодой, но весьма перспективный проект.
Ucoz – известный конструктор, имеет большие возможности, но сложен для новичков.

Результат: представить в MS Word и результаты поиска Яндекса по ключевому слову.

Задание № 4. Структурная декомпозиция работ, оценка сроков и ресурсов, определение основных этапов проекта

4.1) Определение состава операций и создание СДР

Отталкиваясь от требований и конечных результатов по проекту, сформируйте список задач и проведите структурную декомпозицию работ, декомпозируя их до необходимого уровня (не более трех уровней). Данные занесите в таблицу 4.6. «Структурная декомпозиция работ проекта».

Каждая операция должна быть четко ограничена результатом для того, чтобы ее можно было оценить с точки зрения ресурсов. Принцип декомпозиции помогает повысить точность оценки ресурсов операций, так как суммарная погрешность при оценке множества мелких задач значительно ниже погрешности оценки одной крупной задачи (без декомпозиции).

Критерием целесообразности декомпозиции задачи (первого или второго уровней) можно считать сложность оценки ресурсоемкости и наличия логической этапности или нескольких неоднородных компонентов. Например, наполнение каталога можно разбить на подзадачи: подготовку справочников и загрузку данных о товарах. Каждая из задач должна иметь некоторый проверяемый результат.

Оцените длительность каждой задачи самого нижнего уровня. Данные занесите в столбец «Оценка длительности» таблицы 4.6 «Структурная декомпозиция работ проекта».

При оценке длительности стоит учитывать реальные сроки реализации этапа с учетом выделенных ресурсов. Например, если обучением пользователей будет заниматься пять человек вместо двух, то длительность процесса резко сократится. При этом трудоемкость не изменится.

Для повышения точности оценки стоит привлекать нескольких человек и обсуждать результаты. Как показывает практика, коллегиальная оценка обычно точнее, даже если состав оценщиков не однороден с точки зрения профессионализма и знания предмета. Как известно, оценка длительности этапов является одной из центральных проблем управления проектами (так как обычно сроки проектов срываются). В данной работе точная оценка длительности невозможна, так как нет детальной проработки технического задания и распределения реальных норм по трудоемкости отдельных операций. Однако, даже при подробном расчете срыв сроков является обычным делом, так как причина часто лежит в постоянно изменяющихся требованиях к конечному результату проекта, которые в управлении проектами считаются фиксированными.

Табл. 4.6. Структурная декомпозиция работ проекта

№ 1-го уровня	№ 2-го уровня	№ 3-го уровня	Название задачи	Оценка длительности/ трудоемкости (дн./час.)	Оценка стоимости руб.
1			Формулирование концепции		
	1.1.		Определение целей		
	1.2.		Формирование требований		
		1.2.1	Подготовка требований		
		1.2.2.	Согласование требований		
2.			Поиск разработчика и подписание договора		
	2.1		Выбор разработчика		
	2.2		Разработка ТЗ		

		2.3.1	Определение цели, состава и содержания работ		
		2.3.2	Определение требований к художественному решению		
		2.3.3	Определение функциональных особенностей		
		2.3.4	Определение основных требований к функциональности Web-узла		
		2.3.5	Определение требований к программным средствам		
3			Разработка и запуск Web-узла		
	3.1		Разработка дизайна		
		3.1.1	Разработка и согласование шаблона главной страницы		
		3.1.2	Разработка и согласование шаблона внутренней инф. страницы и страницы каталога		
	3.2		Автоматизация сайта		
		3.2.1	Подключение и настройка CMS		
	3.3.		Наполнение сайта		
		3.3.1.	Ввод данных в БД		
		3.3.2.	Интеграция с 1С		
		3.3.3.	Заполнение остальных разделов		
	3.4		Согласование прототипа		
	3.5.	3.5.1.	Ввод и запуск сайта		
		3.5.2.	Мониторинг и тестирование		
		3.5.3.	Исправление ошибок		
4			Хостинг		
		4.1	Поиск хостера		
		4.2	Регистрация домена и перенос сайта		
		4.3	Покупка хостинга		
5			Подготовка и оформление всей необходимой документации, завершающих документов,...		
.....					
Итого стоимость проекта					

4.2) Определение фаз проекта

Разбейте проект на фазы (основные этапы), заполнив столбец «Наименование фазы проекта» таблицы 4.7 «Фазы проекта».

Фазы формируются на основе СДР проекта. Каждая фаза должна завершаться значимым результатом (который обычно поддается демонстрации заказчику). Для данного проекта стоит выделить 4-5 фаз. Так как фазы представляют собой несколько частей СДР, то длительность и стоимость будет определяться как сумма этих показателей в части СДР, которые покрывает фаза.

Смысл разбиения на фазы заключается в удобстве представления резюме по ходу проекта (СДР может быть слишком объемна для этого) и расстановке контрольных точек во время его

исполнения. В случае создания веб-сайта в качестве фаз можно выделить следующие этапы: запуск проекта, создание дизайна и верстка шаблонов, адаптация системы управления сайтом или автоматизация сайта, наполнение и запуск сайта.

Сформулируйте критерии перехода с одной фазы проекта на другую, заполнив столбец «Критерии перехода на другую фазу» таблицы 4.7. «Фазы проекта». Критерием может являться элемент конечного результата, прототип, проект или документация. Критерии должны быть проверяемыми для всех участников проекта, чтобы не возникало сомнений в завершении фазы.

Оцените длительность каждой фазы проекта и всего проекта, заполнив столбец «Оценка длительности» таблицы 4.7 «Фазы проекта». Длительность можно оценить, просуммировав длительность отдельных работ, входящих в фазу, которая была рассчитана во время составления декомпозиции работ.

Табл. 4.7. Фазы проекта (пример)

№	Наименование фазы проекта	Критерии перехода на другую фазу	Оценка длительности		Оценка стоимости
1	Инициация	Поступление заявки Уточнение пожеланий Заключение договора	3 дн/24 час.		9400 руб
2	Разработка дизайна и шаблонов	Готовые шаблоны сайта	9 дн/72 час.		15500 руб
3	Автоматизация	Полностью работоспособный сайт без наполнения	38 дн/304 час.		75000 руб
4	Наполнение и запуск сайта	Полностью работоспособный сайт с заполненным контентом	3 дн/24 час.		8300 руб
5	Оптимизация сайта и вывод его на рынок (рекламная кампания)	Итоговый отчет	30 дн/240 час.		100000 руб
Итого по проекту			83 дн/664 час.		208200 руб

Фазы проекта могут быть другими, например, в проекте выделено 4 фазы: «Концепция», «Разработка сайта», «Регистрация компании» и «Вывод на рынок», фазы 1-4 из табл.4.7 объединены в одну фазу «Разработка сайта».

Результат: представить описание в MS Word.

Индикаторы достижения ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1

Задание № 5. План маркетинга и сбыта. Определить маркетинговую стратегию продвижения startup company. Представить план маркетинговой компании. Определить финансовые и временные рамки для реализации маркетингового плана, а также допустимые результаты.

1. Опишите товары/услуги, предлагаемые в рамках Вашего проекта. Определите основные элементы товарно-рыночной стратегии. Обоснуйте объемы спроса. Опишите инновационные составляющие Вашего проекта.

2. Определите ценовую политику, способы оплаты, применимые инструменты стимулирования сбыта, программы лояльности и пр.

3. Определите план по развитию партнерской сети, условия доставки товаров потребителям.

4. Определите план продвижения проекта в Интернете, включая следующие компоненты, подрядчиков и соответствующие бюджеты:

- поисковую оптимизацию (SEO);
- рекламу (медийную, контекстную с указанием площадок и ключевых слов);

- с) маркетинг в социальных медиа (SMM), включая описание бренд-платформы, используемые инструменты (группы и страницы в социальных сетях, блог-платформах и пр.), оптимизацию сайта для соцмедиа (SMO);
- d) электронные рассылки;
- е) PR и другие инструменты.

Результат: представить в MS Word.

Индикаторы достижения ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1

Задание № 6. Анализ рисков проекта

Риском проекта является любое событие, которое негативно или позитивно влияет на основные метрики проекта (содержание, качество, сроки, стоимость и пр.).

Идентифицируйте основные риски проекта и заполните первые две колонки таблицы 6.8. «Риски проекта». Для структурирования задачи можно ввести классификацию рисков для проекта. Например: внутренние и внешние; коммерческие, технические и организационные и т.д. По каждой из групп рисков сформулировать наиболее релевантные проекту и имеющие наибольшую опасность для его успешной реализации. При идентификации рисков необходимы конкретность и определенность формулировок.

Ранжируйте риски по двум параметрам:

- 1) вероятность возникновения риска;
- 2) его влияние на ход проекта;

Заполните колонки №3 и №4 таблицы 6.8. «Риски проекта».

Табл. 6.8. Риски проекта (пример)

№	Наименование риска	Вероятность возникновения*	Влияние на ход проекта**
1	Неверный подбор команды проекта	2	3
2	Некорректная постановка задачи Заказчиком	3	4
3	Сбои в работе оборудования	2	4
4	Задержка сроков исполнения работ по этапам	4	4
5	Несоответствие готового продукта (сайта) ожиданиям Заказчика	4	5
6	Невыполнение плана продаж	5	5

* 1-очень низкая (вероятность возникновения риска минимальна), 2-низкая, 3-средняя (вероятность возникновения риска – 50X50), 4-высокая, 5-очень высокая (практически наверняка произойдет);

**1-очень низкое (задержка отдельных задач), 2-низкое (незначительная задержка проекта, фазы), 3-среднее (задержка проекта, фазы, невыполнение отдельных задач), 4-высокое (значительная задержка проекта), 5-крайне высокое (крах проекта).

Для анализа экономических рисков проекта рекомендуем использовать возможности анализа чувствительности проекта к ряду факторов (инфляция, прямые издержки, объем продаж и пр.), предоставляемые программой Project Expert.

Проанализировав таблицу 6.8 «Риски проекта», определите 4–6 самых опасных рисков проекта и занесите их в таблицу 6.9 «Мероприятия по минимизации рисков проекта». Разработайте комплекс мероприятий по минимизации самых опасных рисков проекта по двум направлениям:

Табл. 6.9. Мероприятия по минимизации рисков проекта (пример)

№	Наименование риска	Предотвращение риска		Минимизация влияния риска на ход проекта	
		Действия	Ответственный	Действия	Ответственный
1	Неверный подбор команды проекта	Проводить жесткий конкурс среди потенциальных работников	Менеджер проекта	Заменять неподходящих сотрудников под одному по ходу выполнения проекта	Менеджер проекта
2	Некорректная постановка задачи Заказчиком	Жестко прописанная концепция проекта в начале выполнения	Менеджер проекта	Дополнительное финансирование	Менеджер проекта
3	Сбои в работе оборудования	Обновление имеющейся ИТ-инфраструктуры;	Начальник ИТ-отдела	Закупка дополнительных ИБП и систем дублирования информации	Начальник ИТ-отдела
4	Задержка сроков исполнения работ по этапам	Контроль выполнения каждой задачи	Менеджер проекта	Ускорение некоторых возможных процессов	Менеджер проекта
5	Несоответствие готового продукта (сайта) ожиданиям Заказчика	Предоставление отчетов по каждой выполненной задаче	Менеджер проекта	Повторное выполнение несоответствующих задач, прописанное в контракте с веб-студией	Менеджер проекта
6	Невыполнение плана продаж	Тщательно разработанный бизнес-план	Менеджер проекта	Корректировка маркетинговой стратегии и плана продвижения	Менеджер по маркетингу

Результат: представить в MS Word и в Project Expert.

Индикаторы достижения ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.

Задание № 7. Финансовый план проекта

1. В программе Project Expert для базового варианта бизнес-плана заполните данные о компании, окружении, инвестиционный план и операционный план, финансирование проекта. Тriaльную версию программы Project Expert можно бесплатно скачать на сайте производителя www.expert-systems.com.
2. Проведите необходимые расчеты и распечатайте отчет, включая календарный план (диаграмму Ганта), интегральные показатели эффективности проекта (чистый приведенный доход NPV, срок окупаемости проекта, индекс прибыльности и внутреннюю норму рентабельности).
3. В программе Project Expert для базового варианта бизнес-плана заполните данные о компании, окружении, инвестиционный план и операционный план, финансирование проекта. Тriaльную версию программы Project Expert можно бесплатно скачать на сайте производителя www.expert-systems.com.
4. Проведите необходимые расчеты и распечатайте отчет, включая календарный план (диаграмму Ганта), интегральные показатели эффективности проекта (чистый приведенный доход NPV, срок окупаемости проекта, индекс прибыльности и

внутреннюю норму рентабельности).

5. Проведите анализ чувствительности проекта к инфляции, объемам продаж, цене, прямым издержкам, распечатайте соответствующие графики.
6. Оцените стоимость Вашего проекта.
7. Проведите расчеты для оптимистического и оптимистического вариантов бизнес-плана. Представьте интегральные показатели эффективности для этих вариантов проекта.

На рисунках 7.10-7.13.представить результаты расчетов по финансовому плану данного проекта.

Рис. 7.10. Календарный план проекта.

Рис. 7.11. Интегральные показатели эффективности проекта.

Рис.7.12. График с результатами анализа чувствительности чистого приведенного дохода (NPV) проекта о к объему сбыта.

Рис. 7.13. Оценка стоимости бизнеса проекта

Результат: представить в MS Word и в Project Expert отчет и в виде презентации в MS PowerPoint.

Критерии оценки (в баллах):

«2» для тем 1-3 и «3» для тем 4-7 выставляется баллов обучающемуся, если работа сдана в указанные сроки, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, раскрыта тема работы, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению (ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.)

- «1» для тем 1-3 и «1,5» для тем 4-7 выставляется баллов обучающемуся, если основные требования по заданию выполнены, но при этом допущены недочеты, например, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, объем реферата выдержан более чем на 50%, имеются упущения в оформлении;

(ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.);

- «0» выставляется баллов обучающемуся, если тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, допущены грубейшие ошибки в оформлении работы, работа студентом не представлен.

Темы эссе

Индикаторы достижения ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1

1. Рассмотреть методику проведения аудита сайта.
2. Принципы построения корпоративных веб-сайтов.
3. Преимущества и недостатки использования ERP-систем.
4. Цифровая подпись как средство криптозащиты.
5. Кризисное управление бизнесом в Интернете.
6. Инвестиции в цифровые товары и услуги.
7. Электронное правительство как комплекс информационных систем.
8. Перспективы онлайн образования.
9. Мобильные устройства и цифровой формат электронных медиа.
10. Венчурные фонды.
11. Обзор венчурного инвестирования в России и мире.
12. Правовое регулирование цифрового бизнеса.
13. Перспективы социальных сетей для бизнеса.
14. Реклама как двигатель торговли.
15. Функционал умного дома.

16. Использование инновационных технологий в е-маркетинге.
17. Информационные технологии для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности в РФ.
18. Формирование единой цифровой среды в РФ.
19. Электронный рынок развлечений от видеоигр до онлайн казино.

Критерии оценки (в баллах):

- 20 баллов выставляется обучающемуся, если работа сдана в указанные сроки, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, раскрыта тема работы (по проекту представлен отчет), выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению; *(соответствие индикатору ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.);*
- 10 баллов выставляется обучающемуся, если основные требования к работе выполнены, но при этом допущены недочеты, например, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, объем эссе, проекта выдержан более чем на 50%, имеются упущения в оформлении *(соответствие индикатору ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.);*
- 0 баллов выставляется обучающемуся, если тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, допущены грубейшие ошибки в оформлении работы или не представлен.

Комплект заданий для контрольной работы

Индикаторы достижения: ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1

Задание 1. Что такое цифровая экосистема?

Задание 2. Критерии выбора системы управления сайтами (CMS).

Индикаторы достижения: ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1

Задание 1. Какие модели получения прибыли существуют в электронной коммерции B2B?

Задание 2. Защита информации в системах ЭБ. Технологии, основные угрозы.

Критерии оценки (в баллах):

5- он глубоко и прочно усвоил программный материал, данной дисциплины исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с экономическими задачами, вопросами и другими видами применения знаний в аспекте цифрового бизнеса, причем не затрудняется с ответом при видоизменении и решении нестандартных задач , использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое технико-экономическое решение, владеет разносторонними навыками и приемами анализа и решения практических задач *(соответствие индикатору, ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.);*

4 баллов выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, данной дисциплины исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с экономическими задачами, вопросами и другими видами применения знаний в аспекте цифрового бизнеса, причем не затрудняется с ответом при видоизменении и решении нестандартных задач , использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое технико-экономическое решение, владеет разносторонними навыками и приемами анализа и решения практических задач; *(соответствие индикатору ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.);*

- 3 баллов выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основных категорий ИТ-управления, но не усвоил ее деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении ответа на вопросы, испытывает затруднения при решении практических задач, связанных с применением изученных методик; (*соответствие индикатору, ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.*);
- 2 баллов выставляется обучающемуся, если он не знает значительной части материала изучаемой дисциплины, допускает существенные ошибки. (*соответствие индикатору, ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.*).

Темы индивидуальных и/или групповых проектов

Индикаторы достижения: ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.

1. Проектирование и создание веб-сайта конкретного предприятия по заданию преподавателя.
2. Технологии и инструменты для систем цифрового бизнеса. Сравнительный анализ подходов и основных производителей.
3. Характеристика технологий и средств создания Интернет-магазина.
4. Технологии для создания электронных торговых площадок.

Комплект тестов/тестовых заданий

Индикаторы достижения ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1

Тема 1. Теоретические основы цифрового бизнеса.

Вопрос 1. Стратегия развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) на предприятии является неотъемлемой частью...

- Годовой отчет ИТ-отдела
- Презентация проектов в области ИКТ
- Теория систем
- Стратегия развития предприятия

Вопрос 2. Цифровой бизнес основан на....

- Применение электронных устройств
- Использование баз данных
- Автоматизация интеллектуального труда
- Получение государственных субсидий
- Управление цепочками поставок

Вопрос 3. Интернет-магазин - это

- Магазин, который продает виртуальные товары
- Магазин, имеющий представительский веб-сайт в Интернете
- Магазин, использующий Интернет для общения
- Интернет-сайт, обеспечивающий поиск товаров в электронном каталоге, заказ, платежные поручения и сопровождение всех этапов выполнения заказа.

Вопрос 4. Для повышения конкурентоспособности бизнеса в Интернете необходимо:

- Используйте готовые решения
- Програмируйте свои собственные решения
- Передать решение этой проблемы на аутсорсинг

- Активно использовать интернет-маркетинг

Вопрос 5. Что повышает привлекательность сайта для рекламодателей?

- Большое количество посетителей
- Красивый и стильный дизайн
- Дело в том, что сайт создан в веб-студии Артемия Лебедева
- Большое количество проиндексированных страниц

Вопрос 6. Продвижение сайта в Интернете осуществляется с помощью (несколько ответов):

- Электронная почта
- Реклама сайта в Google и Яндексe
- Ссылки на сайт в сообщениях, блогах и форумах
- Использование Linux
- Использование iPhone и iPad

Вопрос 7. Вы создали веб-сервис в Москве для вызова мастеров по ремонту бытовой техники. Кто будет потенциальными клиентами вашего сервиса?

- житель Москвы
- житель России
- Жители стран СНГ
- Русскоязычное население Европы, Азии, Америки и Африки
- Все население земного шара с бытовой техникой
- Ответ зависит от того, как реализован сервис и функциональность интерфейса

Вопрос 8. Какие риски возникают при использовании облачных сервисов в бизнесе?

- Технологическая зависимость от поставщика услуг
- Потеря данных
- Снижение информационной безопасности
- Увеличение затрат на обслуживание
- Снижение производительности труда

Вопрос 9. Что изменилось в российской экономике в процессе развития Интернета? (несколько ответов):

- Усиление конкуренции со стороны иностранных интернет-магазинов на российском рынке электронной коммерции
- Появились услуги онлайн-банкинга
- Зарождается новая интернет-экономика
- Ничего не изменилось
- Увеличилось количество экономических преступлений

Вопрос 10. Что должно быть организовано в интернет-магазине, чтобы таргетировать рассылки на существующую клиентскую базу? (несколько ответов)

- Сохранение подробной информации о покупках клиентов
- Разработка собственной системы маркетинга по электронной почте
- Система автоматизированной обработки информации о покупках и клиентах
- Сотрудничество с компанией интернет-маркетинга
- Отдел рекламы

Вопрос 11. Какой из следующих факторов играет наиболее важную роль в оценке стоимости интернет-магазина?

- Размер клиентской базы и история покупок клиентов
- Зарегистрированный товарный знак
- Посещаемость сайта
- Количество положительных отзывов на Яндекс-Маркете

Вопрос 12. Что вам нужно иметь, чтобы создать успешный бизнес в социальных сетях?

- Оригинальная идея и команда преданных своему делу единомышленников
- Много денег
- Хороший офис
- Квалифицированные менеджеры по обслуживанию клиентов
- Бесплатный хостинг

Вопрос 13. Вы создали интернет-магазин, но продажи не растут. Что делать? (несколько ответов):

- Активировать продвижение с помощью онлайн-рекламы
- Провести дополнительный анализ рынка и изменить ассортимент продукции
- Закрывать магазин
- Уволить менеджера, ответственного за продвижение по службе

Вопрос 14. Что вам нужно иметь, чтобы создать стартап в цифровом бизнесе? (несколько ответов)

- Бизнес-проект
- Проектная группа
- Деньги на создание прототипа системы, реализующей идею проекта
- Налоговые отношения
- Вклад инвестора
- Знакомый маркетолог

Вопрос 15. Кто обязательно должен быть частью команды цифрового бизнес-проекта на ранней стадии? (несколько ответов)

- руководитель проекта/Идеолог
- программисты
- специалист по дизайну интерфейсов
- специалист в области интернет-маркетинга
- бухгалтер
- менеджер по персоналу

Вопрос 16. Какое ежедневное количество посетителей сайта может всерьез заинтересовать рекламные агентства?

- 10000
- 100
- 500
- 1000

Вопрос 17. Что является основным источником дохода в компании Яндекс?

- доходы от рекламодателей
- Комиссионные платежи в Яндекс-деньги
- платное клиентское подключение
- ежегодный лицензионный сбор

Вопрос 18. Определите основные риски инвестирования в интернет-стартап (два ответа).

- Человеческий фактор
- Отсутствие точных методов оценки требуемых инвестиций
- Государственная политика в области налогообложения
- Неправильная оценка рынка и спроса
- Оптимистичный прогноз выручки

Вопрос 19. Наиболее перспективные направления развития цифрового бизнеса: (два ответа)

- Создание мобильных приложений для облачных сервисов в социальных сетях
- Создание приложений для Интернета вещей
- Продажа билетов для авиакомпаний
- Бронирование гостиниц
- Государственные услуги
- Сбор средств

Вопрос 20. Что такое SaaS?

- Услуга как услуга
- Программное обеспечение как услуга
- Система как услуга

Вопрос 21. Модель для обеспечения повсеместного и удобного сетевого доступа к общему пулу настраиваемых вычислительных ресурсов это

- облачные вычисления
- онлайн-технологии
- Интернет
- виртуальные ресурсы

Вопрос 22. Какие типы облаков существуют?

- Частные и государственные
- Общие и собственные
- Общие и частные
- Собственные и публичные

Вопрос 23. Какова область применения частного облака?

- Крупные предприятия (индивидуальные решения)
- Отдельные лица (индивидуальные решения)
- Средний и малый бизнес (типовые решения)
- Государственные компании (стандартные решения)

Вопрос 24. Какие существуют модели обслуживания?

- SaaS, PaaS, IaaS
- PaaS, AaaS, RaaS
- SaaS, PaaS, RaaS
- AaaS, DaaS, SaaS

Вопрос 25. Условия доступа к облачному сервису:

- Компьютер и Интернет
- Специализированное программное обеспечение и антивирусное программное обеспечение
- Антивирусное программное обеспечение
- Компьютер

Вопрос 26. Способ размещения приложений, при котором программные продукты доступны в качестве услуг:

- в “облаке”
- хостинг
- на стороне клиента

Критерии оценки (в баллах):

- 3 балла выставляется студенту, если даны правильные ответы на 85 % и более вопросов (*соответствие индикатору, ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.*);
- 2 балла выставляется студенту, если даны правильные ответы на 70 % и более вопросов, но менее чем на 85% (*соответствие индикатору, ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.*);
- 1 балл выставляется студенту, если даны правильные ответы на 50 % и более вопросов, но менее чем на 70% (*соответствие индикатору, ПК-2.1., ПК-5.1., ПК-6.2., ПК-9.1.*);
- 0 балл выставляется студенту, во всех других случаях.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Структура экзаменационного билета/зачетного задания

Примеры для оформления

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
<i>Опишите бизнес-модель Цифровая платформа.</i>	<i>10</i>
<i>Эффективность использования соц. сетей в продвижении нового продукта.</i>	<i>10</i>
<i>Защита проекта</i>	<i>20</i>

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
<i>Тест 1</i>	<i>20</i>
<i>Тест 2</i>	<i>20</i>

Задания, включаемые в экзаменационный билет/зачетное задание

Типовой перечень вопросов к зачету/зачету с оценкой:

1. Что такое цифровой бизнес?
2. Какие выгоды дает цифровой бизнес компаниям?
3. Какие выгоды дает цифровой бизнес потребителям?
4. Каковы обязательные условия выхода компании на электронный рынок?
5. Назовите основные модели взаимодействия и организационные формы участников электронного рынка.
6. Дайте определение цифровой трансформации.
7. Каковы задачи цифровой трансформации бизнеса?
8. Какие стратегии могут строить компании для реализации цифровой трансформации бизнеса?
9. Что такое бизнес-модель?
10. Какие существуют виды цифровых бизнес-моделей?
11. Перечислите основные цифровые угрозы для бизнеса.

12. Какие возможности открывают сквозные технологии для бизнеса?
13. Опишите бизнес-модель Одноканальность.
14. Опишите бизнес-модель Цифровая платформа.
15. Что такое цифровая экосистема?
16. Опишите всех участников цифровой экосистемы.
17. Что такое цифровой товар?
18. Могут ли услуги предлагаться в цифровом формате? Приведите пример.
19. Каковы перспективы у мобильных технологий для бизнеса?
20. Приведите основные характеристики услуг на электронном рынке.
21. Приведите примеры финансовых услуг на электронном рынке.
22. Какие требования предъявляются к электронным платежным системам?
23. Приведите примеры информационных услуг в сети Интернет.
24. Что такое электронные торговые площадки? Какие функции реализуются с помощью торговых площадок?
25. В чем заключаются основные различия между секторами B2B и B2C?
26. Приведите примеры горизонтальных и вертикальных рынков B2B.
27. Какие модели получения прибыли существуют в электронной коммерции B2B?
28. Какими специфическими качествами обладают электронные товары? Приведите примеры отрицательных и положительных экономических последствий электронных товаров.
29. Какие требования предъявляются к электронным платежным системам?
30. Какие существуют формы электронных расчетов?
31. Приведите примеры информационных услуг в сети Интернет.
32. Назовите черты Интернет, которые относят его к неэффективному рынку.
33. Как Интернет меняет структуру канала распределения и функции его участников?
34. Каковы последствия использования Интернет как канала распределения для компаний? Для потребителей?
35. Системы управления сайтами (CMS). Определение, классификация.
36. Критерии выбора системы управления сайтами (CMS).
37. Перспективы развития сети Интернет и ее влияние на ЭБ.
38. Связь корпоративной информационной системы с системой ЭБ.
39. Концепция перехода от традиционных к сетевым услугам.
40. Перспективы развития электронного бизнеса. Основные тенденции.
41. Основные классы угроз информационной безопасности.
42. Предмет и задачи дисциплины «Цифровой бизнес».
43. Место и роль интернет-технологий в предпринимательской деятельности на современном этапе развития информационной экономики.
44. Структура и характеристики интернет-экономики.
45. Юридические аспекты деятельности фирм в электронном пространстве.
46. Правовые аспекты сети Интернет в России. Электронное правительство.
47. Государственное регулирование цифрового бизнеса.
48. Интернет-компании – компании инновационного типа: особенности функционирования
49. Особенности выбора организационно-правовой формы интернет-компании
50. Особенности выбора товара для продажи в сети интернет.
51. Основные характеристики этапов разработки и внедрения веб-сайта
52. Особенности продвижения веб-сайта интернет-компании
53. Основные характеристики процесса принятия решения о покупке интернет-пользователями.
54. Общая характеристика этапов оценки эффективности интернет-коммерции
55. Что такое электронные торговые площадки? Какие функции реализуются с помощью торговых площадок?

56. В чем заключаются основные различия между секторами B2B и B2C?
57. Приведите примеры горизонтальных и вертикальных рынков B2B.
58. Какие модели получения прибыли существуют в электронной коммерции B2B?
59. Какими специфическими качествами обладают электронные товары? Приведите примеры отрицательных и положительных экономических последствий электронных товаров.
60. Какие требования предъявляются к электронным платежным системам?
61. Какие существуют формы электронных расчетов?
62. Приведите примеры информационных услуг в сети Интернет.
63. Назовите черты Интернет, которые относят его к неэффективному рынку.
64. Какие наиболее стратегии ценообразования используются на электронном рынке?
65. Как Интернет меняет структуру канала распределения и функции его участников?
66. Каковы последствия использования Интернет как канала распределения для компаний? Для потребителей?
67. Особенности информационной безопасности в сети Интернет.
68. Виды атак на сайты в Интернете, способы защиты.
69. Системы управления сайтами (CMS). Определение, классификация.
70. Критерии выбора системы управления сайтами (CMS).
71. Программные платформы систем ЭБ. Операционные системы, СУБД, языки программирования, серверы приложений.
72. Сравнение клиент-серверной архитектуры с «тонким клиентом» и веб-приложениями как основы построения систем ЦБ.
73. Защита информации в системах ЭБ. Технологии, основные угрозы.
74. Перспективы развития сети Интернет и ее влияние на ЦБ.
75. Связь корпоративной информационной системы с системой ЦБ.
76. Концепция перехода от традиционных к сетевым услугам.
77. Эволюция веб-серверов и их превращение в серверы приложений.
78. Перспективы развития электронного бизнеса. Основные тенденции.
79. Организационно – правовые основы информационной безопасности.
80. Основные классы угроз информационной безопасности.
81. Основные положения теории информационной безопасности информационных систем.
82. Дайте определение электронного маркетинга.
83. Что является объектом и субъектом маркетинговой деятельности в цифровом бизнесе?
84. Чем отличаются элементы комплекса электронного маркетинга от традиционного маркетинга?
85. Как влияет электронный маркетинг на потребительскую ценность товаров и услуг?
86. Назовите основные модели взаимодействия и организационные формы участников электронного рынка.
87. Что такое электронные торговые площадки? Какие функции реализуются с помощью торговых площадок?
88. Перечислите известные Вам типы и модели организации электронных торговых площадок, приведите примеры.
89. В чем заключаются основные различия между секторами B2B и B2C?
90. Приведите примеры горизонтальных и вертикальных рынков B2B.
91. Какие модели получения прибыли существуют в электронной коммерции B2B?
92. Что такое электронный товар?
93. Могут ли услуги предлагаться в цифровом формате? Приведите пример.
94. Как можно классифицировать электронные товары?
95. Какими специфическими качествами обладают электронные товары? Приведите примеры отрицательных и положительных экономических последствий электронных товаров.

96. Чем характеризуются электронные товары в цифровом формате?
97. Приведите примеры стратегии разработки новых электронных товаров.
98. Приведите основные характеристики услуг на электронном рынке
99. Как оценивается эффективность баннерной рекламы?
100. Определите понятия «бренд» и «брендинг»?
101. Какие решения по брендингу характерны для компаний на электронном рынке?
102. Мировой опыт разработки систем ЦБ.
103. Виды продвижения в сети Интернет. Особенности по сравнению с традиционными методами.
104. Поисковое продвижение сайта (SEO): принципы, схема работы поисковых машин.
105. Определение целесообразности продвижения с помощью SEO.
106. Виды рекламы в Интернет: принципы оплаты, эффективность, применимость.
107. Перечислите мобильные средства ведения цифрового бизнеса.
108. Перечислите виды мобильной рекламы.
109. Конкурентоспособность мобильной рекламы.
110. Что может дать мобильная реклама маркетологу?
111. Преимущества и недостатки мобильной коммерции.
112. В чем заключаются отличия мобильного маркетинга?
113. Какие виды товаров и услуг предлагает мобильный бизнес?
114. Дайте определение мобильного контента.
115. Инструменты создания мобильных сервисов.
116. Этапы создания мобильного приложения.
117. Критерии определения ЦА в ЭБ.
118. Какие сервисы статистики используются при аудите сайта?
119. Классификация социальных сетей и их функции.
120. Как компании используют социальные сети в развитии своего бизнеса?
121. Перечислите способы монетизации в соц. сетях.
122. Эффективность использования соц. сетей в продвижении нового продукта.
123. Взаимосвязь маркетинга и социальных сетей.

Тематика курсовых работ/проектов (при наличии):

Курсовая работа (курсовой проект) оценивается в соответствии с Положением о курсовых работах (проектах) в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

Таблица 5

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»/ «зачтено»	ПК-2. ПК-5. ПК-6. ПК-9.	ПК-2.1. ПК-5.1. ПК-6.2. ПК-9.1.	Знает верно и в полном объеме: Возможности имеющейся у исполнителя методологической и технологической	Продвинутый

			инфраструктуры анализа больших данных. Стандарты проведения анализа данных. Современный отечественный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности. инструменты и методы проектирования и дизайна ИС. Современные инструменты и методы управления организацией, в том числе методы планирования деятельности, распределения поручений, контроля исполнения, принятия решений. Умеет верно и в полном объеме: Планировать аналитические работы с использованием технологий больших данных. Разрабатывать документы. Внедрять цифровые сервисы на основе сквозных технологий. Анализировать исходную документацию, составлять документы при согласовании работ по автоматизации, учитывая специфику бизнес-процессов предприятия. Верифицировать структуру программного кода. Проектировать структуру и дизайн современного программного обеспечения.	
--	--	--	---	--

70 – 84 баллов	«хорошо»/ «зачтено»	ПК-2. ПК-5. ПК-6. ПК-9.	ПК-2.1. ПК-5.1. ПК-6.2. ПК-9.1.	Знает с незначительными замечаниями: Возможности имеющейся у исполнителя методологической и технологической инфраструктуры анализа больших данных. Стандарты проведения анализа данных. Современный отечественный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности. инструменты и методы проектирования и дизайна ИС. Современные инструменты и методы управления организацией, в том числе методы планирования деятельности, распределения поручений, контроля исполнения, принятия решений. Умеет с незначительными замечаниями: Планировать аналитические работы с использованием технологий больших данных. Разрабатывать документы. Внедрять цифровые сервисы на основе сквозных технологий. Анализировать исходную документацию, составлять документы при согласовании работ по автоматизации, учитывая специфику бизнес-процессов предприятия. Верифицировать структуру программного кода. Проектировать структуру и дизайн современного программного обеспечения.	Повышенный
-------------------	------------------------	----------------------------------	--	--	-------------------

50 – 69 баллов	«удовлетворительно»/ «зачтено»	ПК-2. ПК-5. ПК-6. ПК-9.	ПК-2.1. ПК-5.1. ПК-6.2. ПК-9.1.	Знает на базовом уровне, с ошибками: Возможности имеющейся у исполнителя методологической и технологической инфраструктуры анализа больших данных. Стандарты проведения анализа данных. Современный отечественный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности. инструменты и методы проектирования и дизайна ИС. Современные инструменты и методы управления организацией, в том числе методы планирования деятельности, распределения поручений, контроля исполнения, принятия решений. Умеет на базовом уровне, с ошибками: Планировать аналитические работы с использованием технологий больших данных. Разрабатывать документы. Внедрять цифровые сервисы на основе сквозных технологий. Анализировать исходную документацию, составлять документы при согласовании работ по автоматизации, учитывая специфику бизнес-процессов предприятия. Верифицировать структуру программного кода. Проектировать структуру и дизайн современного программного обеспечения.	Базовый
-------------------	-----------------------------------	----------------------------------	--	--	---------

менее 50 баллов	«неудовлетворительно»/ «не зачтено»	ПК-2. ПК-5. ПК-6. ПК-9.	ПК-2.1. ПК-5.1. ПК-6.2. ПК-9.1.	Не знает на базовом уровне: Возможности имеющейся у исполнителя методологической и технологической инфраструктуры анализа больших данных. Стандарты проведения анализа данных. Современный отечественный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности. инструменты и методы проектирования и дизайна ИС. Современные инструменты и методы управления организацией, в том числе методы планирования деятельности, распределения поручений, контроля исполнения, принятия решений. Не умеет на базовом уровне: Планировать аналитические работы с использованием технологий больших данных. Разрабатывать документы. Внедрять цифровые сервисы на основе сквозных технологий. Анализировать исходную документацию, составлять документы при согласовании работ по автоматизации, учитывая специфику бизнес-процессов предприятия. Верифицировать структуру программного кода. Проектировать структуру и дизайн современного программного обеспечения.	Компетенции не сформированы
--------------------------------	--	--	--	--	------------------------------------

