

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 28.09.2022 17:43:41

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfdb603f94388008e29877a6bcbf5

**АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»**

**«УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»**

**Факультет экономики и управления**

**Кафедра «Управление и бизнес-информатика»**



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебно-методической работе

*С.С. Скараник*

«01» сентября 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

**Бизнес-моделирование и интернет-предпринимательство**

Направление подготовки  
**38.04.05 Бизнес-информатика**

Квалификация выпускника  
*Магистр*

Для всех  
форм обучения

Симферополь 2022

<b>АННОТАЦИЯ</b>	
Индекс дисциплины по учебному плану	Наименование дисциплины
<b>Б1.В.03</b>	<b>Бизнес-моделирование и интернет-предпринимательство</b>
Цель изучения дисциплины	Формирование у обучающихся комплекса теоретических знаний и практических навыков в области моделирования систем управления бизнесом в интернет для выработки стратегических решений в области ИКТ и архитектуры предприятия
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1. «Дисциплины (модули)» программы магистратуры
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-3
Содержание дисциплины	Тема 1. Предпринимательство в Интернет Тема 2. Методы и модели ведения бизнеса в Интернет Тема 3. Место Интернет-маркетинга в общем маркетинге компании Тема 4. Этапы и организация собственного бизнеса в Интернет
Общая трудоемкость дисциплины	Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов)
Форма промежуточной аттестации	Зачет

## Содержание

1. Цель и перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы магистратуры	5
2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
5. Контроль качества освоения дисциплины	10
6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины	10
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	10
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	11
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	11
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	12
11. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине	12
Приложение 1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	13
Приложение 2 Критерии оценивания для ФОС	19

## 1. Цель и перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы магистратуры

Целью изучения дисциплины «Бизнес-моделирование и интернет-предпринимательство» является формирование у обучающихся комплекса теоретических знаний и практических навыков в области моделирования систем управления бизнесом в интернет для выработки стратегических решений в области ИКТ и архитектуры предприятия.

В результате освоения ОПОП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-3	Способен применять методы системного анализа и моделирования, готовить аналитические материалы для выработки стратегических решений в области ИКТ и архитектуры предприятия	ПК-3.1 Знает методы системного анализа и моделирования, стратегического планирования и управления в области ИКТ и архитектуры предприятия ПК-3.2 Умеет применять методы системного анализа и моделирования для совершенствования архитектуры предприятия и ИТ-инфраструктуры предприятия ПК-3.3 Владеет различными методами и программными инструментами для информационно-аналитической поддержки принятия решений

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина Б1.В.03 «Бизнес-моделирование и интернет-предпринимательство» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1.«Дисциплины (модули)» учебного плана ОПОП магистратуры по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика. Дисциплина «Бизнес-моделирование и интернет-предпринимательство» изучается обучающимися очной формы обучения в 3 семестре, заочной формы обучения – в 3 семестре.

При изучении данной дисциплины обучающийся использует знания, умения и навыки, которые формируются параллельно в процессе изучения дисциплин: «Теория принятия решений», «Теория систем и системный анализ», «Моделирование экономической динамики».

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Бизнес-моделирование и интернет-предпринимательство», будут необходимы для углубленного и осмысленного восприятия дисциплин: «Современная цифровая экономика», «Интеллектуальные агенты и агентные системы», «Управление электронным предприятием».

## 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зачетных единицы (з.е.), 108 академических часов.

### 3.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

#### Для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы 108 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа	36
Аудиторная работа(всего):	36
Лекции	10
Семинары, практические занятия	26
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	72
Курсовая работа	-
Зачет	+
Экзамен	-

#### Для заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы 108 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная работа	8
Аудиторная работа(всего):	8
Лекции	2
Семинары, практические занятия	6
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	96
Курсовая работа	-
Зачет	4
Экзамен	-

### 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

#### 4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ темы	Наименование темы	Всего		Количество часов		
		ОФО	ЗФО	Контактная работа		Внеаудит. работа
				Лекции	Практичес	

						кие		работа	
				ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
1.	Предпринимательство в Интернет.	14	14	2	2	4	2	8	10
2.	Методы и модели ведения бизнеса в Интернет	24	22	2		4	2	18	20
3.	Место Интернет-маркетинга в общем маркетинге компании	30	30	2		6		22	30
4.	Этапы и организация собственного бизнеса в Интернет.	40	38	4		12	2	24	36
	Всего по дисциплине	<b>108</b>	<b>104</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>26</b>	<b>6</b>	<b>72</b>	<b>96</b>
	Контроль		<b>4</b>						
	<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>26</b>	<b>6</b>	<b>72</b>	<b>96</b>

#### 4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам(разделам)

##### Тема 1. Предпринимательство в Интернет.

Сущность системы информационного обеспечения корпоративного управления и стратегического менеджмента. Классификация информационных потоков системы информационного обеспечения корпоративного управления и стратегического менеджмента. Основные подсистемы (функциональные блоки) системы информационного обеспечения корпоративного управления и стратегического менеджмента. Блок стратегического анализа и моделирования. Блок управления по ключевым показателям. Блок корпоративного планирования и бюджетирования. Блок консолидации финансовой отчетности.

Виды предприятий в Интернет. Организация производственной деятельности в Интернет. Виртуальные предприятия. Особенности взаимодействия с персоналом в виртуальном предприятии. Организация продаж и предоставление услуг в Интернет. Организация взаимодействия между Интернет-предприятиями. Взаимодействие Интернет-предприятий с физическими и юридическими лицами. Организация взаимодействия Интернет-предприятий с потребителями товаров и услуг.

##### Тема 2. Методы и модели ведения бизнеса в Интернет.

Основные модели бизнеса в Интернет. Методы снижения производственных издержек при использовании Интернет-технологий ведения бизнеса.

Методы привлечения посетителей на сайт предприятия: модель сотрудничества, модель сообщества, модели привлечения контентом. Методы формирования и анализа целевой аудитории предприятия.

Анализ существующих предприятий по сегментам глобального рынка.

##### Тема 3. Место Интернет-маркетинга в общем маркетинге компании.

Объем аудитории Интернет в России.

Особенности коммуникации с использованием Интернет, ограничения, которые они накладывают на работу с этим инструментом в маркетинге. Место Интернет-маркетинга в маркетинговом плане компании.

Медийная реклама, виды, особенности, возможности использования. Контекстная реклама, виды, особенности, возможности использования. Методика составления семантического ядра.

Реклама в рассылках, виды, особенности, возможности использования. Оптимизация сайта для поисковых систем. Связи с общественностью. Вирусный маркетинг. Адвергейминг. Другие рекламные инструменты.

#### **Тема 4. Этапы и организация собственного бизнеса в Интернет.**

Идея: источники идей для стартапа, как проверить свою идею.

Кастомизация, конкурентное преимущество, масс-маркет, модель монетизации, принцип Smart&Simple, рыночная ниша, скрининг идеи, ценность продукта.

Команда стартапа. Причины необходимости формирования команды. Кадровый состав команды, распределение полномочий и ответственности. Методы формирования команды.

Бизнес-модель интернет-предприятия. Lean Startup и тестирование гипотез. Бизнес-модель и карта бизнес-модели. Ценностное предложение. Идеальная модель роста.

Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов. Конкурентное преимущество. Матрица позиционирования. Рыночные и нерыночные конкурентные преимущества. TAM (Total Adressable Market). SAM (Served Available Market). SOM (Servicableand Obtainable Market).

Оценка и выявление целевой аудитории проекта. Основные понятия: сегментация и выделение целевой аудитории. Потребители на высокотехнологичных рынках. Понятие ценностного предложения. Формирование ценностного предложения.

### **4.3.Содержание практических занятий (очная форма обучения)**

#### **Практическое занятие 1. Системы информационного обеспечения корпоративного управления и стратегического менеджмента. (2 часа)**

1. Сущность системы информационного обеспечения корпоративного управления и стратегического менеджмента. Классификация информационных потоков системы информационного обеспечения корпоративного управления и стратегического менеджмента.
2. Основные подсистемы (функциональные блоки) системы информационного обеспечения корпоративного управления и стратегического менеджмента. Блок стратегического анализа и моделирования. Блок управления по ключевым показателям. Блок корпоративного планирования и бюджетирования. Блок консолидации финансовой отчетности.

#### **Практическое занятие 2. Виртуальные предприятия. (2 часа)**

1. Виртуальные предприятия. Особенности взаимодействия с персоналом в виртуальном предприятии.
2. Организация продаж и предоставление услуг в Интернет. Организация взаимодействия между Интернет-предприятиями. Взаимодействие Интернет-предприятий с физическими и юридическими лицами. Организация взаимодействия Интернет-предприятий с потребителями товаров и услуг.

**Практическое занятие 3-4. Методы и модели ведения бизнеса в Интернет.(4 часа)**

1. Основные модели бизнеса в Интернет. Методы снижения производственных издержек при использовании Интернет-технологий ведения бизнеса.
2. Методы привлечения посетителей на сайт предприятия: модель сотрудничества, модель сообщества, модели привлечения контентом. Методы формирования и анализа целевой аудитории предприятия.
3. Анализ существующих предприятий по сегментам глобального рынка.

**Практическое занятие 5. Интернет-маркетинг. (2 часа)**

1. Особенности коммуникации с использованием Интернет, ограничения, которые они накладывают на работу с этим инструментом в маркетинге.
2. Место Интернет-маркетинга в маркетинговом плане компании.

**Практическое занятие 6-7. Возможности использования рекламы (4 часа)**

1. Медийная реклама, виды, особенности, возможности использования. Контекстная реклама, виды, особенности, возможности использования. Методика составления семантического ядра.
2. Реклама в рассылках, виды, особенности, возможности использования.
3. Оптимизация сайта для поисковых систем. Связи с общественностью. Вирусный маркетинг. Адвергейтинг. Другие рекламные инструменты.

**Практическое занятие 8-9. Организация собственного бизнеса в Интернет (4 часа)**

1. Идея: источники идей для стартапа, как проверить свою идею.
2. Кастомизация, конкурентное преимущество, масс-маркет, модель монетизации, принцип Smart&Simple, рыночная ниша, скрининг идеи, ценность продукта.
3. Команда стартапа. Причины необходимости формирования команды. Кадровый состав команды, распределение полномочий и ответственности. Методы формирования команды.

**Практическое занятие 10-11. Бизнес-модель интернет- предприятия (4 часа)**

1. Бизнес-модель интернет- предприятия. Lean Startup и тестирование гипотез. Бизнес-модель и карта бизнес-модели. Ценностное предложение. Идеальная модель роста.
2. Анализ рынка. Оценка потенциала рынка.
3. Анализ конкурентов. Конкурентное преимущество. Матрица позиционирования. Рыночные и нерыночные конкурентные преимущества. TAM (Total Adressable Market). SAM (Served Available Market). SOM (Servicableand Obtainable Market).

**Практическое занятие 12-13. Целевая аудитория проекта (4 часа)**

1. Оценка и выявление целевой аудитории проекта. Основные понятия: сегментация и выделение целевой аудитории.
2. Потребители на высокотехнологичных рынках.
3. Понятие ценностного предложения. Формирование ценностного предложения.

**4.4. Содержание самостоятельной работы****Тема 1. Предпринимательство в Интернет**

Блок стратегического анализа и моделирования. Блок управления по ключевым показателям. Блок корпоративного планирования и бюджетирования. Блок консолидации финансовой отчетности.

Особенности взаимодействия с персоналом в виртуальном предприятии. Организация продаж и предоставление услуг в Интернет. Организация взаимодействия между Интернет-предприятиями. Взаимодействие Интернет-предприятий с физическими и юридическими лицами. Организация взаимодействия Интернет-

предприятий с потребителями товаров и услуг.
<p><b>Тема 2. Методы и модели ведения бизнеса в Интернет</b></p> <p>Методы привлечения посетителей на сайт предприятия: модель сотрудничества, модель сообщества, модели привлечения контентом. Методы формирования и анализа целевой аудитории предприятия.</p>
<p><b>Тема 3. Место Интернет-маркетинга в общем маркетинге компании</b></p> <p>Медийная реклама, виды, особенности, возможности использования. Контекстная реклама, виды, особенности, возможности использования. Методика составления семантического ядра.</p> <p>Реклама в рассылках, виды, особенности, возможности использования. Оптимизация сайта для поисковых систем. Связи с общественностью. Вирусный маркетинг. Адвергейминг. Другие рекламные инструменты.</p>
<p><b>Тема 4. Этапы и организация собственного бизнеса в Интернет</b></p> <p>Команда стартапа. Причины необходимости формирования команды. Кадровый состав команды, распределение полномочий и ответственности. Методы формирования команды.</p> <p>Анализ конкурентов. Конкурентное преимущество. Матрица позиционирования. Рыночные и нерыночные конкурентные преимущества. TAM (Total Adressable Market). SAM (Served Available Market). SOM (Servicable and Obtainable Market).</p> <p>Оценка и выявление целевой аудитории проекта. Основные понятия: сегментация и выделение целевой аудитории. Потребители на высокотехнологичных рынках. Понятие ценностного предложения. Формирование ценностного предложения.</p>

## **5. Контроль качества освоения дисциплины**

Текущий контроль и промежуточная аттестация осуществляются в соответствии с «Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в Автономной некоммерческой организации «Образовательная организация высшего образования» «Университет экономики и управления».

Вид промежуточной аттестации – зачет.

Оценочные средства по дисциплине приведены в Приложении 1.

Критерии оценивания для ФОС приведены в Приложении 2.

## **6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

1. Плиско, А. В. Интернет-технологии ведения бизнеса : методическое пособие для бакалавров по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.03. «Управление персоналом» / А. В. Плиско. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2019. — 58 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89484.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### *а) основная литература:*

1. Ревина, С. Ю. Бизнес в Интернете. В 2 частях. Ч.1 : учебно-методическое пособие / С. Ю. Ревина. — Москва : Российский университет дружбы народов, 2018. — 64 с.

- ISBN 978-5-209-08754-0 (ч.1), 978-5-209-08753-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/104184.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Ревина, С. Ю. Бизнес в Интернете. В 2 частях. Ч.2 : учебно-методическое пособие / С. Ю. Ревина. — Москва : Российский университет дружбы народов, 2018. — 55 с. — ISBN 978-5-209-08755-7 (ч.2), 978-5-209-08753-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/105790.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
- б) дополнительная литература:**
1. Горбунов, В. Л. Бизнес-планирование : учебное пособие / В. Л. Горбунов. — 3-е изд. — Москва, Саратов : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 422 с. — ISBN 978-5-4497-0306-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89423.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Орлова, П. И. Бизнес-планирование : учебник для бакалавров / П. И. Орлова ; под редакцией М. И. Глухой. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 285 с. — ISBN 978-5-394-04354-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102270.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Сухорукова, М. В. Введение в предпринимательство для ИТ-проектов / М. В. Сухорукова, И. В. Тябин. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 123 с. — ISBN 978-5-4486-0510-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/79703.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Информационно-правовой портал «Гарант»: официальный сайт. — URL: <http://www.garant.ru> — Текст: электронный.
2. Цифровой образовательный ресурс «IPRsmart»: официальный сайт. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/> — Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека «elibrary.ru»: официальный сайт. — URL: <http://www.elibrary.ru> — Текст: электронный.

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

При проведении лекций, семинарских (практических) занятий, самостоятельной работе обучающихся применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения обучающихся в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и обучающиеся) взаимодействуют

друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

- творческое задание. Выполнение творческих заданий требует от обучающегося воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода;

- групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

В ходе освоения дисциплины при проведении контактных занятий используются следующие формы обучения, способствующие формированию компетенций: лекции-дискуссии; кейс-метод; решение задач; ситуационный анализ; обсуждение рефератов и докладов; разработка групповых проектов; встречи с представителями государственных и общественных организаций.

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

\*программы, обеспечивающие доступ в сеть «Интернет» (например, «Googlechrome»);

\*программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows MediaPlayer»);

\*программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»).

#### **11. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для преподавания дисциплины требуются специальные материально-технические средства (компьютерные классы и т.п.). Во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала, мультимедийные проекторы Epson, BenqViewSonic; экраны для проекторов; ноутбуки Asus, Lenovo, микрофоны.