

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 01.09.2024 16:45:01

Уникальный программный ключ: «fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfd603f94388008e79877a6bcbf5»

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»
«УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»
Факультет экономики, управления и юриспруденции
Кафедра «Управление и бизнес-информатика»**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по организации
учебного процесса
/ Н.С. Узунова
«01» февраля 2024 г.



Рабочая программа дисциплины

Бизнес-моделирование и интернет-предпринимательство

Направление подготовки
38.04.05 Бизнес-информатика

Квалификация выпускника
Магистр

Для всех
форм обучения

Симферополь 2024

АННОТАЦИЯ	
Индекс дисциплины по учебному плану	Наименование дисциплины
Б1.В.03	Бизнес-моделирование и интернет-предпринимательство
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-1
Содержание дисциплины	Тема 1. Понятие бизнес-моделирования. Структура бизнес-модели Тема 2. Цифровизация и цифровая трансформация бизнеса Тема 3. Предпринимательство в интернет Тема 4. Методы и модели ведения бизнеса в интернет Тема 5. Место интернет-маркетинга в общем маркетинге компании Тема 6. Этапы и организация собственного бизнеса в интернет
Общая трудоемкость дисциплины	Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часа)
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

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	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	7
5. Контроль качества освоения дисциплины	11
6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины	11
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	11
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	13
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	13
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	13
11. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине	14

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-1	Способен управлять цифровой трансформацией бизнеса с применением информационных технологий	ПК-1.1 Знает виды и формы информационного бизнеса, структуру индустрии информации, а также методы и инструменты бизнес-моделирования ПК-1.2 Умеет управлять процессом формирования и распределения ИТ-ресурсов компании для повышения конкурентоспособности бизнеса ПК-1.3 Владеет приемами проектирования и моделирования процессов управления бизнесом для выработки стратегических решений в области ИКТ

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 4 семестре.

При изучении данной дисциплины обучающийся использует знания, умения и навыки, которые сформированы в процессе изучения дисциплин: «Информационный бизнес», «Информационный менеджмент», «Современные экономические теории», «Управление взаимоотношениями с клиентами».

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Бизнес-моделирование и интернет-предпринимательство», будут необходимы для углубленного и осмысленного восприятия дисциплин: «Теория систем и системный анализ», «Стратегическое управление и бизнес-анализ».

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 4 зачетных единицы (з. е.), 144 академических часа.

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

Для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы, 144 часа

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа	44
Аудиторная работа(всего):	44
Лекции	14
Семинары, практические занятия	30
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	64
Курсовая работа	-
Зачет	-
Экзамен	36

Для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы. 144 часа

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа	8
Аудиторная работа(всего):	8
Лекции	2
Семинары, практические занятия	6
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	130
Курсовая работа	-
Зачет	-
Экзамен	6

**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		Практические		Самост. работа	
				ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
1.	Понятие бизнес-моделирования. Структура бизнес-модели.	14	21	2	1	2		10	20
2.	Цифровизация и цифровая трансформация бизнеса	14	20	2		2		10	20
3.	Предпринимательство в интернет.	16	22	2		4	2	10	20
4.	Методы и модели ведения бизнеса в интернет	16	23	2	1	4	2	10	20
5.	Место интернет-маркетинга в общем маркетинге компании	18	20	2		6		10	20
6.	Этапы и организация собственного бизнеса в интернет.	30	32	4		12	2	14	30
	Всего по дисциплине	108	138	14	2	30	6	64	130
	Контроль	36	6						
	Итого	144	144	14	2	30	6	64	130

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Тема 1. Понятие бизнес-моделирования. Структура бизнес-модели.

Понятия бизнес-модель, структура бизнес-модели, экосистема бизнеса, бизнес-модель устойчивого развития (ГОСТ Р 57273-2016). Моделирование устойчивого развития бизнеса. Этапы эволюции бизнес-моделей и типов модели внутренней среды фирмы.

Базовые элементы бизнес-модели: входы (ресурсы); стратегия и процессы преобразования ресурсов; выходы (прибыль, создание потребительской ценности). Компоненты бизнес-модели: бизнес-идея, цели бизнеса, долгосрочный план развития компании, описание целевой аудитории, конкурентное преимущество, описание бизнес-процессов.

Шаблон Остервальда. для составления бизнес-модели и его разновидности.

Тема 2. Цифровизация и цифровая трансформация бизнеса.

Понятия цифровизация и цифровая трансформация бизнеса. Три типа отраслей с позиции их потенциала для цифровизации. Секторы экономики, лидирующие с точки зрения цифровизации.

Цифровые платформы и экосистемы. Типы платформ. Бизнес-модель многосторонней платформы (или многостороннего рынка). Функции многосторонних платформ. Модели цифровой стратегии развития компании: стратегия привлечения клиентов и стратегия цифровых решений. Ключевые элементы цифровой трансформации: цифровые руководители; цифровой персонал; цифровые команды; цифровые подразделения; цифровая культура; цифровые процессы и инновационные инструменты работы.

Примеры новых бизнес-моделей: расширение масштабов текущего бизнеса с помощью цифровых услуг; перестройка сервисов. Трансформация ценности продукта для клиента и разработка новой бизнес-модели компании.

Тема 3. Предпринимательство в интернет.

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.

Электронные платежи в интернет-бизнесе.

Тема 4. 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 5. 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. Адвергейтинг. Другие рекламные инструменты.

Тема 6. 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 (Servicable and 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)

<p>Практическое занятие 1. Секции классического шаблона Остервальда. Виды бизнес-моделей. (2 часа)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Девять блоков шаблона Остервальда Подготовка к составлению модели. Необходимые данные об организации.. 2. Виды бизнес-моделей: комбинированная, производитель. аффилиат, классическая дистрибуция, франчайзи и др.
<p>Практическое занятие 2. Ключевые элементы цифровой трансформации</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Три составляющие цифровой бизнес-модели – контент, потребительский опыт и платформа. 2. Навыки и компетенции руководителей цифровой трансформации. 3. Принципы создания цифровой команды. 4. Цифровая корпоративная культура.
<p>Практическое занятие 3-4. Виртуальные предприятия. (4 часа)</p> <ol style="list-style-type: none"> 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.
<p>Практическое занятие 5-6. Методы и модели ведения бизнеса в интернет.(4 часа)</p> <ol style="list-style-type: none"> 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.
<p>Практическое занятие 7. Интернет-маркетинг (2 часа)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности коммуникации с использованием интернет, ограничения, которые они накладывают на работу с этим инструментов в маркетинге. 2. Место интернет-маркетинга в маркетинговом плане компании.
<p>Практическое занятие 8-9. Возможности использования рекламы (4 часа)</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. Адвергейминг. Другие рекламные инструменты.
<p>Практическое занятие 10-11. Организация собственного бизнеса в интернет (4 часа)</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 12-13. 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 14-15. 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. Понятие бизнес-моделирования. Структура бизнес-модели.

Основные пункты, которые нужно учитывать в бизнес-модели.
Бизнес-модели для интернет-стартапов.

Тема 2. Цифровизация и цифровая трансформация бизнеса

Цифровизация закупок. Цифровое «умное» проектирование и создание цифровых двойников. PLM-системы. Гибкие производственные системы. Теория открытых инноваций.
Состояние цифровой трансформации российского бизнеса

Тема 3. Предпринимательство в интернет

Сектора электронного бизнеса. Основные виды бизнеса в интернете..
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 4. Методы и модели ведения бизнеса в интернет

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

Тема 5. Место интернет-маркетинга в общем маркетинге 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 6. Этапы и организация собственного бизнеса в интернет

Команда стартапа. Причины необходимости формирования команды. Кадровый состав команды, распределение полномочий и ответственности. Методы формирования команды.
Анализ конкурентов. Конкурентное преимущество. Матрица позиционирования.

Рыночные и нерыночные конкурентные преимущества. TAM (Total Adressable Market). SAM (Served Available Market). SOM (Servicable and 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.

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 – экзамен.

Фонд оценочных средств по дисциплине приведен в приложении к РПД.

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. Бизнес-модели компаний и устойчивое развитие / Е. М. Каз, И. В. Краковецкая, Е. В. Нехода, Н. А. Редчикова ; под редакцией Е. В. Неходы. — Томск : Издательство Томского государственного университета, 2020. — 214 с. — ISBN 978-5-94621-943-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116853.html> (дата обращения: 16.01.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. 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> (дата обращения: 16.01.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. 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> (дата обращения: 16.01.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Цифровая трансформация экономики : учебное пособие / В. И. Абрамов, Н. Л. Акулова, Е. В. Анисов [и др.] ; под редакцией В. И. Абрамова, О. Л. Головина. — Москва : Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», 2020. — 252 с. — ISBN 978-5-7262-2647-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116430.html> (дата обращения: 16.01.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Поротькин, Е. С. Инновационная экономика и цифровизация бизнеса : учебное пособие / Е. С. Поротькин. — Самара : Самарский государственный технический университет, 2021. — 132 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122202.html> (дата обращения: 16.01.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. — DOI: <https://doi.org/10.23682/122202>

6. 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> (дата обращения: 16.01.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Сафонова, Л. А. Интернет-маркетинг : учебное пособие / Л. А. Сафонова, Г. Н. Смоловик, В. П. Королева. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. — 80 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90586.html> (дата обращения: 16.01.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная литература:

1. Сафьянова, М. Г. Основы организации и проектирования бизнеса : учебное пособие / М. Г. Сафьянова, Л. Д. Шапиро. — Томск : Издательство Томского государственного университета, 2021. — 538 с. — ISBN 978-5-94621-974-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116870.html> (дата обращения: 16.01.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Сухорукова, М. В. Предпринимательство в области мобильных приложений и облачных сервисов : учебное пособие / М. В. Сухорукова, И. В. Тябин. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 43 с. — ISBN 978-5-4497-0941-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102046.html> (дата обращения: 16.01.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Суханов, М. Б. Маркетинг аппаратно-программных средств информатизации : учебное пособие / М. Б. Суханов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. — 123 с. — ISBN 978-5-7937-1752-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102438.html> (дата обращения: 16.01.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. — DOI: <https://doi.org/10.23682/102438>

4. 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> (дата обращения: 16.01.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. 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> (дата обращения: 16.01.2024). — 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.