Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: ректор
Дата подписания: 02.10.2023 15:07:38
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ
Начальник отдела лицензирования и аккредитации
_____Чаленко К.Н.
«01» 06 _____ 2020 г.

Рабочая программа дисциплины
Интернет-предпринимательство

по профессионально-образовательной программе направление 38.03.02 "Менеджмент"
профиль 38.03.02.12 "Управление малым бизнесом"

Для набора 2018 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА **Инновационный менеджмент и предпринимательство**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
Вид занятий	УП	РП		
Лекции	8	8	8	8
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	191	191	191	191
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	216	216	216	216

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.02.2020 протокол № 8.

Программу составил(и): к.э.н., доц., Лобахина Н.А. _____

Зав. кафедрой: д.э.н., профессор Джуха В.М. _____

Методическим советом направления: д.э.н., проф., Суржиков М.А. _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование компетенций в области анализа и диагностики условий осуществления предпринимательской деятельности в сети Интернет, разработки и реализации проектов и программ создания нового бизнеса, управления и стратегического планирования человеческими ресурсами в интернет-предпринимательстве

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-3: способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия

ПК-6:способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

ПК-17:способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- специфику потребительского поведения и экономических аспектов осуществления интернет-предпринимательства в условиях рынка
- инструменты диагностики и анализа проектов и программ проведения организационных изменений интернет-предприятия
- основы проектирования адаптивных организационных структур, планирования и управления реализацией мероприятий, направленных на создание и развитие интернет-предприятий

Уметь:

- анализировать внешние и внутренние условия реализации предпринимательской деятельности, выявлять рыночные возможности создания новых интернет-стартапов
- руководить или принимать участие в проектах открытия интернет-предприятия и программах внедрения инноваций
- проектировать организационные структуры интернет-предприятий, разрабатывать стратегии управления человеческими ресурсами с использованием принципов делегирования и личной ответственности

Владеть:

- навыками анализа и диагностики социальных и экономических условий осуществления предпринимательской деятельности в сети Интернет
- навыками управления проектами и программами внедрения инноваций на предприятиях, осуществляющих свою деятельности в сети Интернет
- навыками разработки организационных структур и стратегий управления человеческими ресурсами интернет- предприятия, целесообразного делегирования полномочий и ответственности

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература
	Раздел 1. «Организационные аспекты создания интернет-предприятия»				
1.1	Тема 1.1 « 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. /Лек/	3	2	ОПК-3 ПК- 6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
1.2	Тема 1.1 « Бизнес-идея создания интернет-предприятия» Метод фокальных объектов. Анализ рынка. Методы поиска актуальных бизнес идей от потребностей рынка и от возможностей бизнеса. Анализ рыночных трендов. Диагностика рыночных ниш. /Ср/	3	18	ОПК-3 ПК- 6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
1.3	Тема 1.2 « Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа » Причины необходимости формирования команды. Кадровый состав команды, распределение полномочий и ответственности. Методы формирования команды. Использование Microsoft Office для презентаций /Пр/	3	2	ОПК-3 ПК- 6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
1.4	Тема 1.2 «Управление персоналом интернет-стартапа» Методы отбора и привлечения персонала в команду интернет-стартапа. Мотивация команды проекта. Управление конфликтами в проектной работе. Распределение функций и организационная структура проекта. /Ср/	3	18	ОПК-3 ПК- 6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
1.5	Тема 1.3 « Бизнес-модель интернет-предприятия» Lean Startup и тестирование гипотез. Бизнес-модель и карта бизнес-модели. Ценностное предложение. Идеальная модель роста /Лек/	3	2	ОПК-3 ПК- 6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
1.6	Тема 1.3 « Бизнес-модель интернет-предприятия» Lean Startup и тестирование гипотез. Бизнес-модель и карта бизнес-модели. Ценностное предложение. Идеальная модель роста /Ср/	3	20	ОПК-3 ПК- 6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
	Раздел 2. «Оценка рыночных возможностей предприятия»				
2.1	Тема 2.1 «Анализ рынка. Оценка потенциала рынка» Конкурентное преимущество. Матрица позиционирования. Рыночные и нерыночные конкурентные преимущества. TAM (Total Adressable Market). SAM (Served Available Market). SOM (Servicableand Obtainable Market).Использование Microsoft Office для презентаций /Пр/	3	2	ОПК-3 ПК- 6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
2.2	Тема 2.1 «Анализ конкурентных позиций» SWOT-анализ. Конкурентный профиль предприятия. Рыночные и нерыночные конкурентные преимущества. Выявление ключевых факторов успеха. /Ср/	3	18	ОПК-3 ПК- 6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
2.3	Тема 2.2 «Оценка и выявление целевой аудитории проекта» Основные понятия: сегментация и выделение целевой аудитории. Потребители на высокотехнологичных рынках. Понятие ценностного предложения. Формирование ценностного предложения. /Ср/	3	18	ОПК-3 ПК- 6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
2.4	Тема 2.3 «Customer discovery и customer development» Боль потребителя, клиентское развитие (customer development), проблемное интервью, поиск и изучение клиентов (customer discovery). /Лек/	3	2	ОПК-3 ПК- 6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
2.5	Тема 2.3 «Цикл принятия новых продуктов» Полный цикл принятия новых продуктов. Трекшн-карта: сущность, основные характеристики, способы построения. Решенческое интервью: сущность, типичные ошибки, формат проведения. Ценностное предложение. /Ср/	3	16	ОПК-3 ПК- 6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
	Раздел 3. « Метрики стартапа и экономика продукта»				
3.1	Тема 3.1 «Модели монетизации ценности» Виды моделей монетизации: прямые, косвенные. Выбор модели монетизации. Подписка. Фримиум. Тестирование. Полностью платный доступ (paywall). /Лек/	3	2	ОПК-3 ПК- 6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6

3.2	Тема 3.1 «Финансы стартапа» Ключевые показатели стартапа: ARPU, ARPPU, APC, CPA, Profit, Payment. Амортизация, внутренняя доходность (IRR), ключевые показатели эффективности (KPI), кратность возврата инвестиций (MoM). /Ср/	3	20	ОПК-3 ПК-6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
3.3	Тема 3.2 «Customer validation» Воронка продаж. Предпосылки масштабирования бизнеса. Масштабирование, масштабируемый бизнес. Минимальный жизнеспособный продукт (MVP).Использование Microsoft Office для презентаций /Пр/	3	2	ОПК-3 ПК-6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
3.4	Тема 3.2 «Тестирование каналов сбыта и подготовка к масштабированию бизнеса» Воронка продаж, масштабирование, масштабируемый бизнес, минимальный жизнеспособный продукт (MVP), тестирование каналов (customer validation), трекин-карта, HADI–цикл. /Ср/	3	14	ОПК-3 ПК-6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
3.5	Тема 3.3 «Основные источники привлечения инвестиций» Бизнес-ангел, бутстреппинг, венчурные инвестиции, венчурный фонд, краудфандинг, предпосевная стадия (pre-seed), посевная стадия (seed). Использование Microsoft Office для презентаций /Пр/	3	2	ОПК-3 ПК-6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
3.6	Тема 3.3 «Основные источники привлечения инвестиций. Питч для инвесторов» Питч: сущность и основные характеристики. Структура питча для инвесторов. Ограничения и инструменты формирования питча. Презентация бизнес-проекта интернет-предприятия. /Ср/	3	10	ОПК-3 ПК-6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
3.7	Контрольная работа. Перечень тем контрольных работ представлен в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины. /Ср/	3	39	ОПК-3 ПК-6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6
3.8	/Экзамен/	3	9	ОПК-3 ПК-6 ПК-17	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Малышев С. Л.	Основы интернет-экономики: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2011	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90789 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Малышев, С. Л.	Основы интернет-экономики: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2011	http://www.iprbookshop.ru/10745.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Макарева, Т. А., Кетова, Н. П.	Современное предпринимательство: учебное пособие	Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2011	http://www.iprbookshop.ru/47130.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.4	Кузьмина, Е. Е.	Инновационное предпринимательство: учебник	Москва: Российская таможенная академия, 2017	http://www.iprbookshop.ru/84849.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Ларионов И. К., Антипов К. В., Герасин А. Н., Герасина О. Н., Герасина Ю. А., Ларионов И. К.	Предпринимательство: учебник	Москва: Дашков и К°, 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573196 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1		Журнал "Финансовые исследования"	.	1
Л2.2	Романов А. Н., Горфинкель В. Я., Поляк Г. Б., Швандар В. А., Антонова О. В., Горфинкель В. Я., Поляк Г. Б.	Предпринимательство: учебник	Москва: Юнити, 2015	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116987 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Денисов Д. П.	Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции: практическое пособие	Москва: Лаборатория книги, 2012	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140249 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Куряев А. В., Бабушкин Д. А., Куряев А. В.	Конкуренция и предпринимательство	Челябинск: Социум, 2010	http://www.iprbookshop.ru/28715.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Катаев А. В., Катаева Т. М.	Интернет-маркетинг: учебное пособие	Ростов-на-Дону, Таганрог: Южный федеральный университет, 2018	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6		Интернет-технологии для ведения бизнеса: Методическое пособие для бакалавров по направлениям подготовки 43.03.02 Туризм, 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.03. «Управление персоналом»	Симферополь: Университет экономики и управления, 2018	http://www.iprbookshop.ru/86401.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

База данных Спарк Интерфакс http://spark-interfax.ru/

КонсультантПлюс Справочная правовая система

5.4. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

Приложение 1

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-17: способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели			
Знать: специфику потребительского поведения и экономических аспектов осуществления интернет-предпринимательства в условиях рынка	Подготовиться к вопросам к экзамену с использованием материалов лекций, основой и дополнительной литературы. Подготовиться к докладу и презентации с использованием материалов лекций, основой и дополнительной литературы.	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора информации.	ВЭ (1-30), Д (1-30), П (1-30), КР – контрольная работа (1-21)
Уметь: анализировать внешние и внутренние условия реализации предпринимательской деятельности, выявлять рыночные возможности создания новых интернет-стартапов	Подготовиться к докладу с использованием материалов лекций, основой и дополнительной литературы. Подготовить презентацию с использованием основой и дополнительной литературы, источников сети Интернет. Решить расчетные задачи. Принять участие в деловой игре.	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора информации.	Д (1-30), П (1-30), РЗ (1-5), ДИ, КР – контрольная работа (1-21)
Владеть навыками анализа и диагностики социальных и экономических условий осуществления предпринимательской деятельности в сети Интернет	Подготовиться к докладу с использованием материалов лекций, основой и дополнительной литературы. Подготовить презентацию с использованием основой и дополнительной литературы, источников сети Интернет. Решить расчетные задачи. Принять участие в деловой игре	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора информации.	Д (1-30), П (1-30), РЗ (1-5), ДИ, КР – контрольная работа (1-21)
ПК-6: способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений			
Знать: инструменты диагностики и анализа проектов и программ проведения организационных изменений интернет-предприятия	Подготовиться к вопросам к экзамену с использованием материалов лекций, основой и дополнительной литературы. Подготовить доклад и презентацию с использованием основой и дополнительной литературы, источников сети Интернет.	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора информации.	ВЭ (1-30), Д (темы 1-30), П (темы 1-30), КР – контрольная работа (1-21)
Уметь: руководить или принимать участие в проектах открытия интернет-предприятия и программах внедрения инноваций	Подготовиться к докладу с использованием материалов лекций, основой и дополнительной литературы. Подготовить презентацию с использованием основой и дополнительной литературы, источников сети Интернет. Решить расчетные задачи.	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора информации.	Д (1-30), П (1-30), РЗ (1-5), ДИ, КР – контрольная работа (1-21)

	Принять участие в деловой игре		
Владеть навыками управления проектами и программами внедрения инноваций на предприятиях, осуществляющих свою деятельности в сети Интернет	Подготовиться к докладу с использованием материалов лекций, основой и дополнительной литературы. Подготовить презентацию с использованием основой и дополнительной литературы, источников сети Интернет. Решить расчетные задачи. Принять участие в деловой игре	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора информации.	Д (1-30), П (1-30), РЗ (1-5), ДИ, КР – контрольная работа (1-21)
ОПК-3: способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия			
Знать: основы проектирования адаптивных организационных структур, планирования и управления реализацией мероприятий, направленных на создание и развитие интернет-предприятий	Подготовиться к вопросам к экзамену с использованием материалов лекций, основой и дополнительной литературы. Подготовиться к докладу и презентации с использованием материалов лекций, основой и дополнительной литературы.	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора информации.	ВЭ (1-30), Д (1-30), П (1-30), КР – контрольная работа (1-21)
Уметь: проектировать организационные структуры интернет-предприятий, разрабатывать стратегии управления человеческими ресурсами с использованием принципов делегирования и	Подготовиться к докладу с использованием материалов лекций, основой и дополнительной литературы. Подготовить презентацию с использованием основой и дополнительной	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов	Д (1-30), П (1-30), РЗ (1-5), ДИ, КР – контрольная работа (1-21)
личной ответственности	литературы, источников сети Интернет. Решить расчетные задачи. Принять участие в деловой игре	Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора информации.	
Владеть навыками разработки организационных структур и стратегий управления человеческими ресурсами интернет-предприятия, целесообразного делегирования полномочий и ответственности	Подготовиться к докладу с использованием материалов лекций, основой и дополнительной литературы. Подготовить презентацию с использованием основой и дополнительной литературы, источников сети Интернет. Решить расчетные задачи. Принять участие в деловой игре	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; обоснованность обращения к базам данных; целенаправленность поиска и отбора информации.	Д (1-30), П (1-30), РЗ (1-5), ДИ, КР – контрольная работа (1-21)

ВЭ – вопросы к экзамену, П – презентация, Д – доклад, КР – контрольная работа, РЗ – расчетные задачи, ДИ – деловая (ролевая) игра.

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»).

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к экзамену

1. Интернет-предпринимательство: сущность и ключевые особенности
2. Идея: источники идей для стартапа
3. Инструментарий проверки идей для стартапа
4. Команда стартапа: требования к компетенциям, знаниям, навыкам
5. Особенности управления командой стартапа
6. Особенности мотивации команды стартапа
7. Бизнес-модель предприятия
8. Основные методы анализа рынка
9. Оценка потенциала и емкости рынка
10. Методы анализа конкурентов
11. Оценка и выявление целевой аудитории проекта
12. Customer discovery и customer development
13. Цикл принятия новых продуктов
14. Метрики стартапа и экономика продукта
15. Финансовая оценка стартапа

16. Модели монетизации ценности
17. Требования к проведению тестирования каналов сбыта
18. Подготовка проектов к масштабированию
19. Маркетинговые коммуникации и PR стартапа
20. Основные источники привлечения инвестиций
21. Требования к подготовке питча для инвесторов
22. Критерии эффективности инновационной деятельности на уровне предприятия.
23. Понятие диффузии инноваций
24. Правовое обеспечение инновационной деятельности в РФ.
25. Поддержка малого предпринимательства и индивидуальных предпринимателей в инновационной деятельности.
26. Основные направления государственной поддержки инновационной деятельности.
27. Понятие и характерные особенности венчурных фондов
28. Бизнес-ангелы как субъекты инновационной деятельности
29. Особенности функционирования малых инновационных фирм
30. Бизнес-консалтинг инновационных проектов

Экзаменационное задание состоит из двух теоретических вопросов и расчетной задачи

Критерии оценивания:

- 84-100 баллов (оценка «отлично») – выставляется, если изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;
- 67-83 баллов (оценка «хорошо») – наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;
- 50-66 баллов (оценка «удовлетворительно») – наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;
- 0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно») – ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Темы контрольных работ

1. Виды предприятий в Интернет. Степень присутствия предприятия в Интернет. Коммерческие и некоммерческие организации в Интернет.
2. Организация производственной деятельности в Интернет. Виртуальные предприятия.
3. 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.
4. Модели бизнеса в Интернет. Источники доходов Интернет-предприятий.
5. Типы целей компании в Интернет. Определение типов целей, соответствующих стратегии компании
6. Достижимость целевой группы и достижимость коммуникации. Виды коммуникаций, которые невозможно перенести в Интернет. Связь между типами целей компании и схемой коммуникации в Интернет.
7. Виды целевой аудитории. Взаимосвязь вида целевой аудитории и типа цели компании.
8. Взаимодействие с потребителем: консультирование, рассмотрение претензий, гарантийное обслуживание интернет-предприятий. Продажа товаров в кредит.
9. Оценка эффективности работы Интернет-магазина.
10. Организация электронной коммерции в секторе B2B.
11. Классификация типов межорганизационной электронной деятельности.
12. Виды электронных торговых площадок. Электронные рынки
13. Автоматизированные системы электронной коммерции в секторе B2B.
14. Организация взаиморасчетов в системах B2B.
15. Оценка эффективности электронной коммерции в секторе B2B
16. Рынок услуг в Интернет. Виды услуг. Особенности предоставления услуг через Интернет. Оплата услуг в Интернет. Автоматизация оказания услуг.
17. Сферы применения мобильной коммерции. Проблемы развития мобильной коммерции.
18. Типы стартапов. Жизненный цикл стартапа.
19. Инвестирование стартапа. Оценка стоимости стартапа.
20. Бизнес-инкубирование. Типы бизнес-инкубаторов. Особенности Интернет-инкубаторов.
21. Перспективы развития электронной коммерции в России.

Критерии оценивания:

50-100 баллов (зачет) – минимальным критерием является наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по решению расчетной задачи.

0-49 баллов (незачет) – ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Деловая (ролевая) игра

1 Тема (проблема, ситуация)

Игру "Снежинки" придумала команда LeanStartupMachine, была адаптирована группой специалистов ФРИИ к обучению групп вплоть до 100 человек. Игра выглядит очень просто: команды вырезают из бумаги снежинки и продают их заранее "назначенным" покупателям.

2 Концепция игры

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

3 Роли:

Игру можно проводить на аудиторию от 15 до 120 человек (границы условные). Участники должны быть поделены на команды по 4-8 человек. Каждая команда и будет компанией, производящей и продающей снежинки. У хорошо сыгранных команд будет преимущество перед теми, кто только познакомился друг с другом. Поэтому хорошей идеей будет разбить участников на команды случайным образом. Кроме команд, для игры понадобятся клиенты–люди, которые будут покупать снежинки.

На каждые 3-4 команды должен быть 1 клиент. Их необходимо заранее проинструктировать следующим образом:

1.Определить для себя какие-то качества снежинки, которые будут определяющими при выборе (например – необычные, много узоров и т.д.)

2.Они должны вести себя так же как и в жизни – не покупать то, что им не нравится, не поддаваться агрессивным продажам

3.Покупать (даже за 1 доллар) только снежинки, соответствующие ГОСТу (круглые, не рваные, ажурные)

4.Покупать снежинки от 1 до 5 долларов, в основном дешево (за 1-2 доллара)

5.Дорого (от 3 до 5 долларов) покупать только те снежинки, которые нравятся самому и подходят под критерии качества из п.16. Если снежинка не качественная – например порванная или грязная рвать и выкидывать.

6. Клиенты должны раскладывать купленные снежинки на столе перед собой в порядке их "важности". Не скрывать своих предпочтений (отвечать, если команда спрашивает, какие снежинки нравятся), но и не говорить напрямую до вопросов от самих команд.

7. Не покупать оптом.

Ведущий – он же будет поставщиком материалов и "налоговой".

4 Ожидаемый(е) результат (ы)

После того, как закончится последний раунд, и ведущий подведет итоги, можно сразу объявить победителя. Но, если позволяет время, можно добавить еще одну активность. Ведущий должен попросить команды по очереди описать предпочтения каждого из покупателей. Спрашивайте команды по очереди, чтобы про каждого покупателя высказались 3-4 команды. Тот, кто, по мнению покупателя, угадает точнее получает дополнительно 5 у.е.

5 Программа проведения и/или методические рекомендации по подготовке и проведению

Положите на каждый стол 1 ножницы, 2 листа А4 и 2 у.е. Дополнительные ножницы и А4 команды смогут купить в процессе игры (ножницы –за 4 у.е., А4 – за 1 у.е.). Присвойте каждому столу номер, это упростит подсчет результатов. Расставьте покупателей по их местам и представьте их участникам.

Раздайте покупателям по пачке денег. Расскажите правила игры. Внутри этой презентации заложено время и "слайд" на знакомство, обзор цели и правил игры. Важно очень доходчиво рассказать правила игры и ответить на все возникшие вопросы.

Объявите начало первого раунд и запустите таймер. Во время игры ведущий должен быть на сцене и продавать желающим участникам команд ножницы и листы А4.

Ограничений нет, но нельзя продавать в кредит – только за живые деньги. Из листа можно вырезать сколько угодно снежинок. После каждого цикла (как только истекут 3 минуты) ведущему нужно остановить команды и убедиться, что никто не продает больше клиентам, не покупает материалы и никто не изготавливает снежинки (нельзя ни вырезать, ни делать заготовки из бумаги). Начиная со второго раунда имеет смысл штрафовать особенно злостных нарушителей. Когда участники заняли свое место, необходимо опросить команды и зафиксировать на флип-чарте заработанные деньги (накопленным итогом).

Критерии оценки:

24-30 баллов, если принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре

15-23 балла, если принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре

6-14 баллов, если принимает участие в обсуждении, однако собственной точки зрения не высказывает, не может сформулировать ответов на возражения оппонентов, не выступает от имени рабочей группы и не дополняет ответчика; демонстрирует слабую информационную подготовленность к игре

0-5 балла, если не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы.

Расчетные задачи

Задача 1. В этом месяце интернет-сервисом воспользовались 600 человек (всех: тех, кто пока использует бесплатный тестовый период, тех, кто с вами уже 5 лет, тех, кто подписан на самый дорогой тариф). Доход составил $3200.

Необходимо рассчитать ARPU (Average Revenue Per User)

Задача 2. 15 июня в вашем сервисе зарегистрировались 800 человек. В этот же день они внесли оплату общей суммой $600. На следующий день эта когорта принесла $300.

Необходимо рассчитать Cumulative ARPU (Average Revenue Per User)

Задача 3. В этом месяце у вас было 1200 пользователей, 40 из них оплатили премиум-доступ. Доход составил 1000$. Необходимо рассчитать Paying Share.

Задача 4. Вы решили поднять стоимость месячной подписки и посмотреть, изменится ли ARPU по новым пользователям (тем, что с вами менее месяца). В прошлом месяце вы зафиксировали 810 новичков, а доход составлял $900. После введения новой цены количество пользователей сократилось до 700, доход — до $800.

Оцените результат внедренных мероприятий.

Задача 5. Рассмотрим пример компании, специализирующейся на мобильных играх (сектор B2C). Компания в этой отрасли рассчитывает свой доход следующим образом: собрав данные о количестве среднесуточных пользователей (DAU), руководители вычисляют общую сумму подписок, привлечённых за этот период. Допустим, у компании 1000 пользователей, и она собрала $100.

Поставщик услуг подсчитывает свои затраты (фиксированные и переменные). К переменным относятся: стоимость сервера, пропускная способность и затраты на рекламу для привлечения пользователей. Предположим, что стоимость рекламы составляет $2 за тысячу показов (CPM).

За сколько показов компания платит, прежде чем получит клиента?

Критерии оценки:

24-30 баллов, если обучающийся самостоятельно и правильно решил расчетную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя профессиональные понятия, правильно интерпретировал полученные значения;

15-23 балла, если обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил расчетную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, не все показатели интерпретировал верно;

6-14 баллов, если обучающийся неполностью решил расчетную задачу, допустил ошибки в интерпретации полученных показателей;

0-5 балла, если расчетная задача не решена.

Темы докладов

1. Управление персоналом в инновационных организациях.
2. Инновационный менеджмент как система повышения конкурентоспособности.
3. Проектное управление деятельностью интернет-предприятия.
4. Методы оценки и выбора оптимального варианта проекта.
5. Новые технологии социального управления.
6. Управление персоналом Интернет-предприятия.
7. Организационные формы управления интернет-предприятием
8. Финансовый контроль инновационных проектов
9. Роль функционального управления в инновационной деятельности
10. Интернет-предпринимательство: актуальность в современном мире
11. Бизнес-идея: источники идей для стартапа
12. Особенности мотивации команды стартапа
13. Бизнес-модель предприятия в среде Интернет
14. Основные методы анализа рынка сбыта предприятия
15. Оценка потенциала и емкости рынка

16. Методы анализа конкурентов
17. Оценка и выявление целевой аудитории проекта
18. Customer discovery и customer development
19. Метрики стартапа и экономика продукта
20. Финансовая оценка стартапа
21. Модели монетизации ценности
22. Требования к проведению тестирования каналов сбыта
23. Подготовка интернет-проектов к масштабированию
24. Маркетинговые коммуникации и PR стартапа
25. Основные источники привлечения инвестиций
26. Требования к подготовке питча для инвесторов
27. Основные причины, по которым фонды не предоставляют средства стартапам
28. Бизнес-планирование в интернет-предпринимательстве: сущность, характеристика
29. Особенности управления инновационным процессом
30. Коммерциализация инноваций в Интернет

Студент может подготовить 2 доклада.

Критерии оценки одного доклада:

8-10 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;

6-7 баллов, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

3-5, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

0-3, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Темы презентаций

1. Диффузия инноваций в Интернет
2. Приоритеты научно-технической политики России. Необходимость селективной модели инновационной политики
3. Цели и функции подразделений служб управления персоналом по разработке и внедрению нововведений в кадровой работе.
4. Идентификация и прогнозирование рисков в деятельности интернет-предприятия.
5. Методы и технологии управления рисками интернет-предприятия.
6. Факторы риска и неопределённости инновационной деятельности
7. Инновации в формировании и функционировании системы мотивации и стимулирования работников предприятия.
8. Оценка эффективности деятельности интернет-предприятия.
9. Роль человеческого фактора в управлении интернет-предприятием.
10. Мотивация персонала интернет-предприятия.
11. Принципы построения инновативных структур управления интернет-предприятием.
12. Инновационный проект - этапы функционирования и реализации.
13. Интеллектуальная собственность и особенности ее защиты в РФ
14. Задачи и основные приемы экспертизы инновационных проектов.
15. Методы оценки эффективности инноваций, основанные на дисконтировании.
16. Управление созданием и использованием новой техники и новой технологии.
17. Оценка инновационного потенциала организации.
18. Методы поиска и приемы разработки инновационных идей.
19. Кадровый потенциал организации как ведущий фактор повышения эффективности деятельности организации
20. Обзор наиболее значимых инновационных разработок РФ
21. Краудфандинг как форма народно-общественного финансирования интернет-проектов
22. Особенности маркетинга и продвижения в сети Интернет
23. SMM продвижение продуктов и услуг
24. Интернет-предприятия и их роль в развитии современной экономики.
25. Методы и технологии управления движением персонала в организации.
26. Сопротивление изменениям: проблемы и пути их решения.
27. Роль руководителя в условиях инновационных изменений в организации
28. Инновационный аутсорсинг.
29. Рынок интеллектуальной собственности РФ
30. Обзор наиболее перспективных сфер интернет-предпринимательства

Студент может подготовить 2 презентации.

Критерии оценки одной презентации:

8-10 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;

6-7 баллов, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

3-5, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

0-3, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, сдачи контрольной работы.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 2 теоретических вопроса и 1 расчетная задача. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Приложение 2

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются организационные аспекты создания интернет-предприятия, методика оценки их рыночных возможностей, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки самостоятельной работе над учебником, научной литературой, профильными периодическими изданиями, интернет-ресурсами.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент может:

– изучить рекомендованную учебную литературу;

– изучить конспекты лекций.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить доклад по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. В ходе самостоятельной работы каждый студент может прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе вузовской библиотеки или воспользоваться читальными залами вуза.

Методические рекомендации по написанию доклада и подготовке презентации

Студент использует для подготовки доклада (презентации) все доступные информационные источники, в том числе данные, размещенные в сети Интернет, делая в тексте соответствующие ссылки. Если по предложенной проблеме существуют различные точки зрения, они должны быть приведены, будучи соответствующим образом аргументированы.

Если предложенная тема предполагает наличие количественных данных (параметры рынка, его отдельных сегментов, число участников, эмиссий и т.д.), должны быть приведены наиболее свежие цифры с указанием источников информации.

Для раскрытия некоторых тем необходимо провести экономический или финансовый анализ; в этом случае приводятся только выводы такого анализа и наиболее важные аргументы, на основании которых эти выводы сделаны.

Объем презентации 10-15 слайдов компьютерного текста (шрифт 12, через 1,5 интервала). Завершается презентация кратким обзором литературы по заданной теме. В этом списке источников приводятся наиболее интересные книги, статьи по данной теме с указанием всех выходных данных, и дается краткая (одно-два предложения) описание каждого из перечисленных источников. Если это необходимо, могут быть представлены приложения, которые уже не являются текстом эссе, но могут представлять определенный интерес для читателя (первичная статистика, исходные данные для анализа, графики, таблицы и т.д.).

В презентации должен быть представлен агрегированный материал, приветствуется творческий и креативный подход к представлению материала (картинки, схемы, графики, медиафайлы и прочее).

Методические указания по написанию контрольной работы.

Контрольная работа должна быть написана на высоком теоретическом уровне. При написании работы необходимо обобщить теоретический материал по избранной теме с использованием статей и публикаций в периодической печати. Изложение темы должно быть конкретным, последовательным.

Контрольная работа выполняется на стандартных листах бумаги формата А4 (210х297 мм ± 10 мм).

Общий объем работы должен быть 20-30 страниц машинописного текста. Печать производится через 1,5 интервала, размер шрифта 14 (Times New Roman), с выравниванием по ширине. Левое поле листа 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее 20 мм. Текст должен оформляться абзацами с отступом 1,25 см.

Во введении обосновывается выбор темы контрольной работы, цель и задачи, ее актуальность. Далее характеризуется объект исследования и степень разработанности проблемы отечественными и зарубежными исследователями, кратко освящается содержание основных разделов работы.

Разделы основного текста оформляются в виде глав с разбивкой на подразделы, название которых должно полностью соответствовать излагаемому материалу.

В заключении формулируются основные итоги выполненной студентом работы, а также выводы и предложения по решению поставленных задач.

Список используемых источников оформляется в алфавитном порядке.

В приложения (при необходимости) выносятся вспомогательные материалы: таблицы, расчеты, иллюстративный материал (графики, диаграммы и т.п.).