

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 18.11.2024 13:40:09

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

учебно-методического управления

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины  
Управление сетевым бизнесом**

Направление 38.03.02 Менеджмент  
Направленность 38.03.02.05 "Международный менеджмент"

Для набора 2021 года

Квалификация  
Бакалавр

**КАФЕДРА      Общий и стратегический менеджмент****Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	16			
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Итого	72	72	72	72

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и): доц., Багирян В.А.

Зав. кафедрой: доц,к.э.н. Гончарова С.Н.

Методический совет направления: д.э.н., профессор Суржиков М.А.

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины: формирование у студентов информационно-аналитической культуры как совокупности знаний, умений и навыков, информационно-аналитического мировоззрения, необходимых в профессиональной деятельности; формирование навыков сбора, обработки и анализа информации из интернет-ресурсов для принятия управленческих решений, организации групповой работы, системы формирования, распространения и защиты деловой информации с использованием современных интернет-технологий
-----	---

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-2: Способен обоснованно выбирать и эффективно использовать инструменты и методы разработки и реализации управленческих решений в различных направлениях деятельности организации**

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<b>Знать:</b>
основные принципы и методы планирования деятельности сетевых организаций и их организационных структур (соотнесено с индикатором ПК-2.1)
<b>Уметь:</b>
оценивать степень конкурентоспособности управленческих задач для организации деловой коммуникации и групповой работы на основе интернет-технологий (соотнесено с индикатором ПК-2.2)
<b>Владеть:</b>
принципами выбора необходимых стилей управления и руководства для эффективного управления группами, конфликтами и стрессами (соотнесено с индикатором ПК-2.3)

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Раздел 1. Базовые понятия

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
1.1	Введение в сетевую экономику. Предпосылки возникновения. Преимущества и недостатки. Направления практической реализации / Лек /	4	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.2	Особенности СЭ. Технологические особенности реализации. Отраслевые особенности реализации. / Лек /	4	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.3	Электронная коммерция и процессы в СЭ. Сущность коммерческой деятельности в сети. Проблемы электронной коммерции. / Лек /	4	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.4	Инфраструктура сетевого бизнеса. Агенты сетевого бизнеса. Ограничения и полномочия. Формирование доступа, элементы обеспечения безопасности / Лек /	4	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.5	Использование современных компьютерных и информационных технологий. Технологические информационные платформы. разновидности и особенности. Перспективы использования и возможности изучаются с использованием Libre Office / Пр /	4	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.6	Законы электронного маркетинга. Закон уличного тупика. Закон притяжения. Закон ниши. / Пр /	4	2	ПК-2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.7	Электронная коммерция. Отраслевые особенности деятельности в сети. Преимущества и недостатки. Перспективы / Пр /	4	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.8	Деловые процессы в сетевой экономике. Разновидности деловых процессов. сущность и содержание. Особенности / Пр /	4	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.9	Использование современных компьютерных и информационных технологий. Обзор действующих моделей. Преимущества и недостатки, ограничения и перспективы использования / Ср /	4	8	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.10	Концепция сетевого бизнеса. Концепции торгового бизнеса. Концепции инновационного бизнеса. Концепции производства с использованием сетевых технологий / Ср /	4	10	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

#### Раздел 2. Особенности управления сетевым бизнесом

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
2.1	Платежные системы. Разновидности и особенности платежных	4	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1,

	систем. Предназначение и перспективы применения. Пути совершенствования платежных систем / Лек /				Л2.2
2.2	Защита информации и электронной коммерции. Принципы и технологии защиты информации. Возможные уязвимости. Электронная подпись. / Лек /	4	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.3	Проектирование Интернет-компаний. Принципы проектирования Интернет-компаний. Средства быстрой разработки. Компьютерная поддержка процесса проектирования. / Лек /	4	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.4	Базовые модели сетевого бизнеса. Методология мультиагентных систем. Модели открытого окна. Модели разграничения доступа. Бизнес в сети и методы его анализа. Экономические методы анализа. Технологические методы анализа. Управленческие методы анализа / Лек /	4	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.5	Схема платежей в Интернет. Этапы совершения сделок. Приемы страхования и обеспечения сохранности средств / Пр /	4	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.6	Технологии защиты информации. Принципы обеспечения защиты информации. Возможные уязвимости и пути перекрытия доступа. Технологии контроля, разграничения и блокирования доступа / Пр /	4	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.7	Концепция сетевого бизнеса. Классификация сетевых агентов. Полномочия и ответственность. Формирование ядра / Пр /	4	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.8	Выбор модели сетевого бизнеса. Рассмотрение технологических особенностей ведения сетевого бизнеса. Учет отраслевых особенностей сетевого бизнеса. Методы количественного и качественного анализа. Классификация методов. Преимущества и недостатки. Особенности практического использования. / Пр /	4	2	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.9	Схема платежей в Интернет. Программно-аппаратные платформы и их концептуальные особенности. / Ср /	4	4	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.10	Технологии защиты информации. Программно-аппаратные средства защиты информации. Принципы и технологии реализации / Ср /	4	4	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.11	Концепция сетевого бизнеса. Пути развития сетевого бизнеса. Перспективы распространения. Юридические и морально-этические ограничения. / Ср /	4	4	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.12	Модели сетевого бизнеса. Взаимодействие агентов сети. Права и ограничения. / Ср /	4	4	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.13	Методы количественного и качественного анализа. Значение анализа, сложности реализации анализа. Практические аспекты анализа. / Ср /	4	6	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.14	/ Зачёт /	4	0	ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

#### 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,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Туровец О. Г.	Организация производства и управление предприятием: учеб. для вузов	М.: ИНФРА-М, 2009	100
Л1.2	Барнаган В. С., Гончарова С. Н.	Менеджмент: учебное пособие	Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=567184">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=567184</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

##### 5.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Хохлова Т. П.	Основы менеджмента: учеб.	М.: Экономистъ, 2008	92

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.2	Барнаган В. С., Гончарова С. Н.	Менеджмент: учеб. пособие	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2018	64

### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС "КонсультантПлюс"

ИСС "ГАРАНТ"

База статистических данных Росстата <http://www.gks.ru/>

### 5.4. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС

Libre 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

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### «Управление сетевым бизнесом»

(наименование дисциплины)

## 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-2: Способен обоснованно выбирать и эффективно использовать инструменты и методы разработки и реализации управленческих решений в различных направлениях деятельности организации			
З - основные принципы и методы планирования деятельности сетевых организаций и их организационных структур	<p>Ответы на вопросы зачета</p> <p>Ответы на вопросы теста</p> <p>Активное участие в дискуссиях коллоквиума</p>	<p>Полнота и содержательность ответа на вопросы зачета</p>	<p>Вопросы к зачету (1-30)</p> <p>Коллоквиум (1-10)</p> <p>Темы докладов (1-10)</p> <p>Темы рефератов (1-10)</p> <p>Тест (1-20)</p> <p>Разноуровневые задачи (1-10)</p>
У - оценивать степень конкурентоспособности управленческих задач для организации деловой коммуникации и групповой работы на основе интернет-технологий	<p>Ответы на вопросы зачета</p> <p>Ответы на вопросы теста</p> <p>Активное участие в дискуссиях коллоквиума</p>	<p>Полнота и содержательность ответа на вопросы зачета</p>	<p>Коллоквиум (1-10)</p> <p>Темы докладов (1-10)</p> <p>Темы рефератов (1-10)</p> <p>Разноуровневые задачи (1-10)</p>
В – принципами выбора необходимых стилей управления и руководства для эффективного управления группами, конфликтами и стрессами	<p>Правильные ответы на вопросы зачета</p> <p>Решены верно и подробно разноуровневые задачи</p>	<p>Полнота и содержательность ответа на вопросы зачета, приведены правильные примеры</p> <p>Разноуровневые задачи решены верно и приведены развернутые ответы</p>	<p>Разноуровневые задачи (1-10)</p>

		При решении задач студент приводит правильные примеры и делает обоснованные выводы	
--	--	--	--

## 1.2 Шкалы оценивания:

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

50-100 баллов («зачтено»)

0-49 баллов («незачтено»)

**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 зачету

1. Что такое сетевая экономика.
2. Понятие сетевого бизнеса.
3. Понятие сетевой товар.
4. Этапы формирования сетевой экономики.
5. Приведите примеры основных торговых площадок в интернете.
6. Закон уличного тупика.
7. Закон раздач и продаж.
8. Закон доверия.
9. Закон притяжения и подбрасывания.
10. Закон ниши.
11. Правила успеха сетевого бизнеса.
12. Закон сети.
13. Правила поведения в сетевом бизнесе.
14. Проблемы развития сетевого бизнеса.
15. Основные причины банкротства сетевых компаний.
16. Преимущества и недостатки традиционного бизнеса.
17. Преимущества и недостатки сетевого бизнеса.
18. Отличия сетевого бизнеса от традиционного.
19. Элементы инфраструктуры сетевого бизнеса.
20. Деловые процессы в сетевой экономике.
21. Протокол ТСР/IP. IP -адреса.
22. Функции платежных систем.
23. Характеристика платежной системы.
24. Классификация платежей и платежных систем.

25. Требования к платежным системам.
26. Схема платежей в Интернет.
27. Типы электронных платежей.
28. Электронные чеки и электронные деньги.
29. Защита информации и электронной коммерции.
30. Электронная цифровая подпись.

Билет для зачета содержит два теоретических вопроса. Навыки на зачете проверяются ответами на теоретические вопросы и решением задач из раздела «Разноуровневые задачи».

### **Критерии оценки:**

За каждый теоретический вопрос на зачете студент получает по 30 баллов.

### **Критерии оценки:**

50-100 баллов («зачтено») – наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и статистические погрешности, обучающийся освоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины.

0-49 баллов («незачтено») – 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.

## **Вопросы для коллоквиумов**

1. Особенности становления и функционирования сетевой экономики.
2. Сравнительный анализ традиционного и электронного бизнеса.
3. Деловые процессы в сетевой экономике.
4. Классификация платежей и платежных систем в сетевой экономике.
5. Типы электронных платежей. Электронные чеки и электронные деньги.
6. Защита информации и электронной коммерции.
7. Интернет-магазин, или сервисное предприятие B2B.
8. Выбор целей и концепций сетевого бизнеса. Структура Интернет-магазина.
9. Рекламный бизнес в сетевой экономике.
10. Использование современных компьютерных и информационных технологий в электронной коммерции.

### **Ключи ответов на вопросы коллоквиума:**

1. Аргументация своей позиции по дискуссионному вопросу.
2. Построение (при необходимости) графического описания проблемы (диаграмм, графиков, презентаций).
3. Формирование выводов.

### **Критерии оценки:**

Максимальная оценка – 20 баллов. Проводится один коллоквиум в семестр.

- 17-20 баллов выставляется студенту, если на поставленную проблему даны правильные и аргументированные ответы;
- 11-16 баллов, проблема в целом освещена, но без серьезной аргументации;
- 5-10 баллов при правильном понимании проблемы;
- 0-4 балла при отсутствии понимания и знаний о проблеме.

### **Темы докладов**

1. Основные направления развития электронного бизнеса.
2. Инструменты электронного бизнеса.
3. Модели защиты информации в электронной коммерции.
4. Торговые системы Интернет Сектор B2B. Электронный аукцион.
5. Торговые системы Интернет Сектор B2B. Электронная биржа.
6. Торговые системы Интернет Сектор B2B. Электронный магазин.
7. Проблемы защиты интересов покупателя и продавца в электронной коммерции.
8. Финансовые системы Интернет. Интернет-банкинг.
9. Финансовые системы Интернет. Интернет-трейдинг.
10. Финансовые системы Интернет. Интернет-страхование.

### **Критерии оценки:**

Оценка 10 баллов за 1 доклад, максимальное количество 2 доклада за семестр. Максимальное количество 20 баллов.

- 12-20 баллов выставляется студенту, если он полно раскрыл темы докладов (2 доклада за семестр) и получил обоснованные и представляющие интерес результаты;
- 5-11 баллов, если содержание докладов освещено не полностью по теме, но отражен практический аспект использования и соблюдены требования (достаточность выборки, корректность использования инструментария);
- 0-4 баллов при поверхностном подходе, без примера практического применения.

### **Темы рефератов**

1. Российский интернет и рунет.
2. Исследование аудитории интернета.
3. Лидеры интернет – рынка в России.
4. Реклама в интернете, крупные рекламные агентства.
5. Маркетинговые исследования в сети. Методы проведения маркетинговых исследований.
6. Платежные системы.
7. Технология Data Mining.
8. Источники экономической информации в интернете.

9. Статистические исследования в сети интернет. Методы проведения.
10. Способы оценки эффективности интернет – ресурсов.

### **Критерии оценки:**

Оценка 10 баллов за 1 реферат, максимальное количество 2 реферата за семестр. Максимальное количество 20 баллов.

- 12-20 баллов выставляется студенту, если он полно раскрыл темы рефератов (2 реферата за семестр) и получил обоснованные и представляющие интерес результаты;
- 5-11 баллов, если содержание рефератов освещено не полностью по теме, но отражен практический аспект использования и соблюдены требования (достаточность выборки, корректность использования инструментария);
- 0-4 баллов при поверхностном подходе, без примера практического применения.

### **Тест**

#### **1. Что такое киберсквоттинг?**

- a) Захват сайта;
- b) Недружественное поглощение бизнеса в Интернете;
- c) Захват доменного имени;
- d) Регистрация доменного имени, копирующего известные торговые марки.

#### **2. Что такое White Hat SEO?**

- a) Методы продвижения сайтов, разрешенные поисковой машиной;
- b) Методы продвижения сайтов, разрешенные стандартами Интернета;
- c) Термин невозможно четко определить;
- d) Методы продвижения сайтов с помощью всех видов рекламы.

#### **3. Выберите правильное определение электронной коммерции.**

- a) Электронная коммерция – коммерческая деятельность провайдеров услуг Интернета;
- b) Электронная коммерция – совокупность всех возможных способов использования Интернета в коммерческих целях;
- c) Электронная коммерция – коммерческая деятельность, которая основывается на цифровых технологиях.

#### **4. Что такое m-commerce?**

- a) Оказание услуг мобильной телефонной связи;
- b) Оказание услуг доступа по технологиям WAP, GPRS;
- c) Платежные системы на основе мобильной телефонной связи;
- d) Перенос электронной коммерции на мобильные терминалы.

5. **Какая бизнес-модель не относится к категории партнерских бизнес-моделей?**
- a) Баннерный обмен (Banner Exchange);
  - b) Оплата за клики (Pay-per-click);
  - c) Торговые посредники (Buy/Sell Fulfillment);
  - d) Разделение доходов (Revenue Sharing).
6. **Выберите пункт, который не является способом организации электронных торговых площадок сегмента B2B.**
- a) Онлайн-каталог;
  - b) Электронный аукцион;
  - c) Электронный рынок;
  - d) Сообщество.
7. **Что такое информационная асимметрия?**
- a) Ситуация, в которой относительная рыночная власть двух сторон, принимающих участие в сделке, определяется одной стороной, владеющей большим количеством информации, необходимой для осуществления сделки;
  - b) Ситуация, в которой цена товара определяется стороной, способной ограничить доступ к информации, необходимой для осуществления сделки;
  - c) Ситуация, в которой цена товара определяется стороной, владеющей большим количеством информации, необходимой для осуществления сделки;
  - d) Ситуация, в которой сделка может быть осуществлена только при условии, что одна сторона владеет большим количеством информации, необходимой для осуществления сделки, в сравнении с другой стороной.
8. **Какая концепция стратегического менеджмента является основной:**
- a) концепция управления текущей деятельностью организации;
  - b) концепция управления изменениями в организации;
  - c) концепция управления организацией в условиях динамичной, изменчивой и неопределенной среды.
9. **Позиционирование - это:**
- a) процесс разделения потребителей на однородные группы в соответствии с потребностями;
  - b) определение места дня своего товара в ряду аналогов;
  - c) разнообразие предложения продукции одного производителя, ориентированной на разные сегменты.
10. **На какой стадии жизненного цикла товара фирма получает максимальную прибыль:**
- a) внедрения;    b) спада;    c) зрелости;    d) роста.

**11. Дифференциация – это:**

- a) концепция, описывающая разнообразие предложения;
- b) концепция, описывающая разнообразие спроса;
- c) концепция, описывающая характер восприятия фирмы целевыми покупателями.

**12. Стратегия диверсификации - это:**

- a) стратегия, нацеленная на расширение сфер деятельности фирмы за счет ее новых направлений;
- b) расширение ассортимента производимой продукции;
- c) расширение доли рынка.

**13. Жизненный цикл товара можно разделить на следующие стадии:**

- a) период затрат на реализацию, период окупаемости реализации, период прибыли;
- b) период низкого спроса, период высокого спроса;
- c) выход на рынок, рост продаж, зрелость, насыщение, спад.

**14. В стратегическом плане товарная политика фирмы исходит из концепции жизненного цикла товара, то есть из того факта, что:**

- a) каждый товар имеет определенный период рыночной устойчивости, характеризующийся объемами его продаж и приносимой прибылью во времени;
- b) товар должен приносить прибыль, ее динамика отражает суть концепции;
- c) спрос на товар на рынке меняется очень медленно.

**15. Стратегия лидерства в области затрат заключается:**

- a) в наращивании объема производимой продукции и снижении за счет этого издержек производства и, следовательно, цен;
- b) в создании новых или обновленных товаров и услуг, отличных от прежних;
- c) в реализации товаров по различным, дифференцированным ценам.

**16. Может ли товар, превосходящий по качеству конкурирующие аналоги быть неконкурентоспособным на данном рынке:**

- a) да;
- b) нет.

**17. Можно ли сделать вывод о конкурентоспособности товара, определив его полное соответствие требованиям международного стандарта:**

- a) да;
- b) нет.

**18. Если компания производит продукцию, реализуемую по высоким ценам, а ее потребителя проживают конкретно в одном районе, какой метод продвижения товара она будет в основном использовать:**

- a) рекламу;
- b) личные продажи;
- c) публичных рилейшнз;
- d) стимулирование сбыта.

**19. Экономическая стратегия фирмы - это:**

- a) комплексный план, определяющий правила и приемы управления фирмой по достижению стратегических целей и осуществлению миссии организации;
- b) создание и поддержание конкурентного преимущества фирмы;
- c) формирование товарного ассортимента фирмы, в наибольшей степени удовлетворяющего потребности потребителей;
- d) комплексный план, определяющий правила и приемы оперативного управления фирмой по достижению хозяйственных целей организации.

**20. Сегментация рынка товара – это:**

- a) разнообразие между товарами одного изготовителя, ориентированными на разные сегменты.
- b) выделение целевых групп потребителей, характеризующихся однородностью вкусов, предпочтений, потребностей, поведения;
- c) разнообразие между конкурентами по однотипным товарам;
- d) выделение товарных групп, пользующихся наиболее высоким спросом на рынке.

**Инструкция к тесту:**

1. Определить верный ответ в каждом вопросе.
2. За каждый правильный ответ присваивается 1 балл

**Критерии оценки:**

Максимальное количество 20 баллов. Проводится один тест в семестр.

Оценка результатов:

10-20 баллов - число правильных ответов больше 50%. Тест принят.

0-9 баллов - число правильных ответов меньше 50%. Тест не принят.

### **Разноуровневые задачи**

#### **Задача 1 Цикл управления производством**

Нарисуйте схему цикла управления производством (в соответствии с заданием преподавателя) и выделите контуры регулирования тактического планирования.

## Задача 2 Типы менеджеров по уровням управления

Впишите в таблицу менеджеров согласно уровням управления: бригадир, мастер, начальник отдела кадров, начальник цеха, генеральный директор, финансовый директор, главный бухгалтер.

Таблица 1.2 - Типы менеджеров по уровням управления.

Уровень управления	Кто относится	Основные задачи	Тип менеджера
Высший	Руководитель организации и его заместители	Формирование целей организации, разработка долгосрочных планов, взаимодействие организации с внешней средой	
Средний	Все остальные руководители организации, не отнесенные к высшему и низовому уровням	Координация работы нижестоящих руководителей, руководство отдельными подразделениями	
Низший	Руководители, не имеющие в подчинении руководителей	Непосредственная организация работников, занятых основной деятельностью, контроль за использованием сырья и оборудования	

## Задача 3 Миссия организации

Заполните таблицу, определив миссию (предназначение) бизнеса в разных сферах деятельности (табл. 1.3):

Таблица 1.3 – Шаблон для заполнения миссии

Сфера деятельности	Производственный подход	Маркетинговый подход
Парикмахерская и другие услуги	Стрижка, укладка волос	Мы делаем женщин красивыми
Ресторан		
Гостиница		
Химчистка, прачечная		
Фитнес-центр		
Производство мебели		

## Задача 4 Роль производительности организации

На примере любой организации поясните, что такое производительность и почему она важна? Кто прежде всего отвечает за производительность в организации?

## Задача 5 Построение эффективной организационной структуры управления

Компания занимается оптовой торговлей производственным и торговым оборудованием. Конкуренция в данном сегменте минимальна, поэтому планировалось, что основная стратегическая задача компании заключается в сохранении своей позиции на рынке. Предполагается, что этого можно достичь путем постоянного выведения на рынок новинок в области продаваемого

оборудования, поэтому важно обеспечить бесперебойность следующих бизнес-процессов:

- Выявление потребностей сегмента рынка;
- Мониторинг новинок поставщиков и конкурентов;
- Выведение на рынок нового продукта.

Руководство определило, что персонал компании будет трудиться в одном офисе. В команде один человек должен отвечать за взаимодействие с менеджерами по закупкам, чтобы узнавать о последних новинках, о проблемах с поставщиками, кто-то другой – с финансистами, чтобы согласовывать план продаж. В состав группы также должны войти:

- Маркетологи;
- менеджеры по продажам;
- бренд-менеджеры (3 чел. по 3 отдельным брендам);
- PR-менеджеры.

Бренд-менеджеры будут руководить работой с конкретными брендами, разрабатывать стратегию их развития, а маркетологи, менеджеры по продажам, PR-менеджеры будут им подчиняться.

**Вопросы:** Какую организационную структуру управления вы могли бы предложить для данной компании? Дайте развернутый ответ на вопрос, а также представьте его в виде схемы.

## **Задача 6 Построение эффективной команды**

1. Выберите интересующую вас сферу деятельности организации, укажите:

- отрасль (рынок);
- территориальное размещение;
- необходимые технологии;
- предполагаемые объемы производства и т.п.

2. Сформулируйте миссию и систему целей организации.

3. Опишите необходимые партнерские связи создаваемой организации (поставщики, финансовые партнеры, клиенты и т.п.).

4. Укажите необходимую численность, состав и требуемые компетенции работников (от 5-10 чел.).

5. Создайте эффективную команду из числа ваших сокурсников.

*Технология создания эффективной команды* включает в себя следующие этапы:

- 1) отбор сотрудников;
- 2) регулирование численности команды;
- 3) совместное определение целей, постановка задач;
- 4) мотивация – каждый должен знать, какую выгоду он получит от общей успешной деятельности;
- 5) стандартизация норм поведения, дресс-код и т.п.;
- 6) создание условий для более близкого знакомства членов команды между собой;

- 7) обучение;
- 8) ввод системы контроля, поощрение самоконтроля;
- 9) поддержка командного духа;
- 10) замена членов команды, которые не хотят или не могут работать в соответствии с установленными корпоративными стандартами.

### Задача 7 Определение компетенций у сотрудников

1. Дать определение должности «менеджер».
2. Какими полномочиями в организации наделяется менеджер?
3. Может ли владелец компании сам выполнять функции управленческие функции? Приведите примеры.
4. Какие компетенции необходимы современному менеджеру? Используя Интернет-ресурсы, журнальные статьи и т.п., выберите в качестве примеров две-три современные компании. Составьте перечни компетенций (качеств, навыков) руководителей этих компаний.
5. Разработайте свою систему требований, предъявляемых к имиджу современного менеджера:
  - одежда и аксессуары;
  - манера поведения;
  - речь и манера общения;
  - другие качества.
6. Разработайте собственный план развития компетенций менеджера (предпринимателя). Для этого перерисуйте и заполните таблицу: укажите годы, начиная с текущего; в остальные ячейки запишите качества, знания и навыки, которые вы планируете получить (развить в себе), для того чтобы стать высокоэффективным менеджером (табл. 1.7).

Таблица 1.7 – План развития компетенций менеджера

Годы	Компетенции		
	Личные качества (черты характера)	Знания	Навыки
20__			
20__			
20__			
20__			

### Задача 8 Построение матрицы ответственности

При создании кондитерской для производства качественных и вкусных изделий директор решает распределить задачи и ответственность за их выполнение между сотрудниками, для чего использует матрицу ответственности. Матрица ответственности явным образом устанавливает

степень ответственность каждого участника проекта за отдельные виды работ, поэтому очень полезно ее составить и ознакомить с ней всех участников проекта перед этапом исполнения.

Задачи, необходимые для создания и работы кондитерской:



Определение должностных полномочий сотрудников в организации:

Задачи проекта	Роль в проекте / должность									
	Директор	Производственный менеджер	Маркетолог	Менеджер по персоналу	Бухгалтер	Художник-Кондитер (5-6 разряд)	Рабочий-кондитер (1-4 разряд)	Руководитель смены	Контролер качества	Рабочий персонал (фасовщик, упаковщик)
Выбор помещения	К	О								
Покупка оборудования	К	О				С				
Подбор персонала	К			О		С				
Сбыт продукции	К	И	О							
Маркетинг	К		О							
Управление персоналом	К	С		О				И		
Руководство компанией	О	И		И						
Экономическая деятельность	К	И			О					
Производство продукции	К	О				С	И	К	С	И
Оформление продукции	К					О	И			
Контроль над качеством продукции	К					С	О	О	К	
Разработка ассортимента	К					О			С	

где:

К	Контролирует, утверждает / не утверждает
О	Ответственный - полностью отвечает за выполнение задачи и вправе принимать решения по способу ее реализации и выполнять её
И	Исполнитель - выполняет задачу, но не несет ответственности
С	Консультант - смотрит за ходом исполнением задачи и высказывает свои соображения по способу и качеству реализации

Для понимания, анализа и принятия решений о проектировании новой системы используется IDEF0-модель. IDEF0-модель – это искусственный объект, представляющий собой виртуальный образ системы и ее компонентов, в виде функциональной структуры объекта, отображающих производимые им действия и связи между этими действиями.

### *Матричное представление организации*

<b>Организация</b>	<b>Первичные входы</b>	<b>Преобразования</b>	<b>Ресурсы</b>	<b>Показатели конечных результатов</b>	<b>Конечный продукт</b>
Кондитерская	Мука, сахар, какао, молочные продукты, яйца, фруктовые соки, вкусовые добавки, красители, желирующие компоненты	Выпечка, приготовление кондитерских изделий, их художественное оформление	Рабочие, менеджеры, оборудование для изготовления продукции, сырье (ингредиенты)	Прибыль, доход, повышение спроса на продукцию кондитерской, увеличение объема продаж, увеличение доли рынка в регионе	Качественные и вкусные кондитерские изделия

Задание: Выбрать любую организацию, определить задачи, необходимые для ее функционирования, определить ее должностной состав и составить конечное матричное представление организации.

### **Задача 9 Основные направления консультационных услуг**

1. Перечислите десять основных направлений консультационных услуг, пользующихся повышенным спросом.
2. Дайте отличия характерных черт консультанта по ресурсам от консультанта по процессу.
3. Сформулируйте причины найма консультанта клиентом.
4. Перечислите достоинства и недостатки различных типов консультантов.
5. Перечислите прямые и косвенные выгоды, которые получает консультант при оказании консультационных услуг.
6. Охарактеризуйте эффект управленческого консультирования благоприятных предприятий и проблемных. Где он больший и почему?
7. Подумайте, над каким типом проекта вы бы не хотели работать как консультант, поскольку считаете, что данный сектор бизнеса и результаты проекта противоречат вашим нравственным нормам или профессиональной компетенции. Коротко обоснуйте свою позицию.
8. Ниже приведены основные причины обращения фирм к консультантам по консалтингу. Ранжируйте их по важности и продолжите список: «болезнь роста»; желание автоматизировать свою деятельность; желание систематизировать бизнес процессы в своей фирме; желание получить сертификат качества в рамках ИСО; подавить нежелательные тенденции в

коллективе и обосновать тяжелые, но необходимые административные решения; поиск новых способов конкурентной борьбы; желание обеспечить надежность и безопасность развития своего бизнеса; остальное (дань моде, тренинги и деловые игры и т.п.).

## **Задача 10 Формирование миссии и стратегии предприятия**

### I этап: Формирование общего представления о предприятии

1) Изучите совокупность факторов, влияющих на организационную структуру исследуемого Вами предприятия.

2) Охарактеризуйте продукцию, выпускаемую предприятием.

3) Сформулируйте существующую стратегию предприятия.

Попробуйте ответить на вопрос: «Какой цели подчинялась работа предприятия в последние 4–5 лет?».

### II этап: Определение внутренних и внешних факторов, влияющих на развитие предприятия

1) Определите мотивацию потребителей продукции Вашего предприятия.

2) Определите доминирующую мотивационную характеристику персонала Вашего предприятия.

Попробуйте ответить на вопрос: «Для чего люди работают на данном предприятии?».

Мотивация работника во многом определяет результативность его труда.

3) Определите доминирующий мотив внешних инвесторов Вашего предприятия.

4) Оцените макроэкономические тенденции, оказывающие влияние на деятельность Вашего предприятия. В какой степени благополучие (неблагополучие) предприятия определяется общеэкономической конъюнктурой и политикой правительства?

5) Определите положение Вашего предприятия на рынках сбыта и ресурсов.

Является ли Ваше предприятие монополистом на своем рынке? Если нет, то ощущает ли оно конкуренцию и с чьей стороны? Какие факторы ограничивают сбыт профильной продукции? Как осуществляется управленческое консультирование на данном предприятии, какова его степень важность с Вашей точки зрения?

### III этап: Характеристика процессов, происходящих на предприятии

1) Сформулируйте основные принципы политики Вашего предприятия по отношению к спросу (потребителям). Меняется ли что-то в политике производства, сбыта и цен, если происходят изменения на рынке сбыта. Каковы были Ваши шаги в ответ на рост или падение спроса?

2) Сформулируйте основные принципы кадровой политики предприятия. Меняется ли что-то в кадровой политике предприятия, если происходят изменения на рынке и в производстве?

Важна ли для Вас производительность Вашего предприятия? Если на нем имеется избыточная рабочая сила, то чем это вызвано?

3) Оцените направления структурных изменений, произошедших на Вашем предприятии, за последние три - пять лет. Как изменение сбытовой политики в результате действия рыночных факторов сказалось на структуре производимой предприятием продукции? Изменилось ли и как использование материальных ресурсов после падения загрузки производства?

4) Охарактеризуйте применяемую на Вашем предприятии технологию. Получает ли Ваше предприятие экономию на масштабах производства (т. е. растет ли прибыль на единицу продукции при увеличении объемов производства и сбыта)? Позволяет ли технология перейти с выпуска одного вида продукции на выпуск другого, с какими затратами и в какие сроки?

5) Охарактеризуйте стиль управления на Вашем предприятии.

Доверяете ли Вы своим подчиненным или предпочитаете быть постоянно в курсе их дел, чтобы застраховаться от их ошибок (непрофессионализма)?

6) Оцените состояние капитала и инвестиционную привлекательность Вашего предприятия. Попробуйте выбрать и классифицировать основные факторы, отрицательно влияющие на состояние и структуру капитала. Можно ли нейтрализовать эти факторы, и каким образом?

7) Оцените возможные перспективы дальнейшего существования Вашего предприятия в рамках сложившейся стратегии. Достаточно ли жизнеспособна, с Вашей точки зрения, организационная структура, которая использовалась до сих пор на Вашем предприятии? Если нет, то, в каком направлении она может быть усовершенствована? Каковы основные проблемы, возникающие в связи с этим? Что является результатом выполнения задания?

**Задание: Выполнение задания состоит из трех этапов. Для подготовки задания необходимо поэтапно ответить на все вопросы. Использовать минимум 2 вида услуг из предложенных к рассмотрению:**

1. супермаркет;
2. фермерское хозяйство или крупное сельскохозяйственное предприятие;
3. ателье или швейная фабрика;
4. кондитерские изделия;
5. услуги автосервиса;
6. туроператор;
7. строительное предприятие;
8. крупное предприятие оптовой торговли с выходом на международный рынок;
9. предприятие по добыче полезных ископаемых;
10. хлеб и хлебобулочные изделия;
11. производство стройматериалов;
12. мебельное производство;
13. производство металлопластиковых окон;
14. производство рекламы;
15. культурно-досуговые центры и прочее.

### **Критерии оценки:**

Максимальная оценка 20 баллов за все задания. Максимальное количество 10 заданий за семестр. В семестре решаются все задания. За верно решенную одну задачу студент получает 2 балла.

- 13-20 баллов выставляется студенту, если он выполнил все задания правильно;
- 5-12 баллов если он выполнил 4-6 заданий правильно;
- 0-4 балла если он выполнил 1-2 заданий правильно.

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

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

**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 зачета (4 семестр).

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации по билету. В билете два теоретических вопроса. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

### **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются: Введение в сетевую экономику. Предпосылки возникновения. Преимущества и недостатки. Направления практической реализации. Особенности сетевой экономики. Технологические особенности реализации. Отраслевые особенности реализации. Электронная коммерция и процессы в сетевой экономике. Сущность коммерческой деятельности в сети. Проблемы электронной коммерции. Инфраструктура сетевого бизнеса. Формирование доступа, элементы обеспечения безопасности. Платежные системы. Разновидности и особенности платежных систем. Предназначение и перспективы применения. Пути совершенствования платежных систем. Защита информации электронной коммерции. Принципы технологии защиты информации. Электронная подпись. Проектирование Интернет-компаний. Компьютерная поддержка процесса проектирования. Базовые модели сетевого бизнеса.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки расчетных и аналитических действий.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций по предложенному преподавателем электронной учебнику или виртуальной обучающей среде;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить доклад и реферат 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. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан 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.

### **Методические рекомендации по написанию докладов, требования к оформлению**

Порядок подготовки доклада:

- изучение требований программы дисциплины;
- формулировка цели и задач практического занятия;

- разработка плана проведения практического занятия;
- подбор заданий и вопросов для проведения занятия;
- обеспечение практического занятия методическими материалами, техническими средствами обучения;
- определение методов, приемов и средств поддержания интереса, внимания, стимулирования творческого мышления студентов.

Доклад должен быть нацелен на получение навыков и применения методов теории организации.

1. Вводная часть:

- сообщение темы и цели;
- обобщение теоретических знаний, необходимых для освоения материала.

материала.

2. Основная часть:

- разработка плана проведения занятия;
- обзор методов решения практических задач;
- решение практической задачи преподавателем и студентами, анализ материалов презентации, заслушивание докладов и эссе;
- ответы докладчиков и обсуждение проблемных вопросов.

3. Заключительная часть:

- обобщение и систематизация полученных результатов;
- подведение итогов практического занятия и оценка работы студентов.

Доклад должен быть набран на компьютере (размер шрифта- 14; интервал - 1,5; поля: слева - 2 см, справа - 2 см, сверху и снизу - по 2 см), и правильно оформлен.

### **Методические рекомендации по написанию рефератов, требования к оформлению**

Реферат должен быть нацелен на получение навыков и применения методов теории организации. Структура реферата:

- титульный лист;
- оглавление (содержание);
- основную часть;
- приложения;
- список использованных источников (отчетные материалы организаций, результаты исследований, нормативные документы, специальная литература, интернет-ресурсы и т.п.).

В реферате необходимо отразить следующие позиции:

- теоретическая и методологическая часть. Отражает основные теоретические аспекты темы реферата.

- практическая часть должна быть написана на примере конкретной организации (отрасли), должна содержать рекомендации по совершенствованию управления деятельностью организации.

Реферат должен быть набран на компьютере (размер шрифта- 14; интервал - 1,5; поля: слева - 2 см, справа - 2 см, сверху и снизу - по 2 см), и правильно оформлен.

