

**ГАОУ ВО «ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА»**

*Утверждены решением  
Ученого совета,  
протокол № 10  
от 30 мая 2017 г*

**КАФЕДРА «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И  
ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ»**

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
«СЕТЕВАЯ ЭКОНОМИКА»**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ – 09.03.03 ПРИКЛАДНАЯ  
ИНФОРМАТИКА, ПРОФИЛЬ «ПРИКЛАДНАЯ ИНФОР-  
МАТИКА В ЭКОНОМИКЕ»**

Уровень высшего образования - бакалавриат

**УДК 681.3(075.5)**  
**ББК 32.973.23 Д37**

**Составитель** – Эминова Нигара Эминовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» ДГУНХ.

**Внутренний рецензент** – Савзиханова Сабина Эминовна, доктор экономических наук, профессор кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» ДГУНХ.

**Внешний рецензент** – Абдурагимов Гусейн Эльдарханович, кандидат физико-математических наук, доцент кафедры "Математические методы в экономике" Дагестанского государственного университета.

**Представитель работодателя** – Сайидахмедов Сайидахмед Сергеевич, генеральный директор компании «Текама».

*Оценочные материалы по дисциплине «Сетевая экономика» разработаны в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 марта 2015 г., № 207, в соответствии с приказом от 5 апреля 2017г., № 301 Министерства образования и науки РФ.*

Оценочные материалы по дисциплине «Сетевая экономика» размещены на официальном сайте [www.dgunh.ru](http://www.dgunh.ru)

Эминова Н.Э. Оценочные материалы по дисциплине «Сетевая экономика» для направления подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, профиль «Прикладная информатика в экономике». – Махачкала: ДГУНХ, 2017 - 48 с.

Рекомендованы к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 29 мая 2017 г.

Рекомендованы к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, профиль «Прикладная информатика в экономике», к.э.н., доцент Раджабов К.Я.

Одобрены на заседании кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» 25 мая 2017 г., протокол № 10.

## СОДЕРЖАНИЕ

Назначение оценочных материалов.....	4
<b>РАЗДЕЛ 1. Перечень компетенций с указанием видов оценочных средств в процессе освоения дисциплины .....</b>	<b>5</b>
<b>1.1 Перечень формируемых компетенций.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2 Перечень компетенций с указанием видов оценочных средств ....</b>	<b>6</b>
<b>РАЗДЕЛ 2. Задания, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине .....</b>	<b>12</b>
<b>РАЗДЕЛ 3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания....</b>	<b>36</b>
<b>РАЗДЕЛ 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующие этапы формирования компетенций.....</b>	<b>39</b>
Лист актуализации оценочных материалов по дисциплине .....	48

## Назначение оценочных материалов

Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости (оценивания хода освоения дисциплин), для проведения промежуточной аттестации (оценивания промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине) обучающихся по дисциплине «Сетевая экономика» на соответствие их учебных достижений поэтапным требованиям образовательной программы высшего образования 09.03.03 Прикладная информатика, профиль «Прикладная информатика в экономике».

Оценочные материалы по дисциплине «Сетевая экономика» включают в себя: перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП ВО; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания; типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП; методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценочные материалы сформированы на основе ключевых принципов оценивания:

- валидности: объекты оценки должны соответствовать поставленным целям обучения;
- надежности: использование единообразных стандартов и критериев для оценивания достижений;
- объективности: разные обучающиеся должны иметь равные возможности для достижения успеха.

Основными параметрами и свойствами оценочных материалов являются:

- предметная направленность (соответствие предмету изучения конкретной дисциплины);
- содержание (состав и взаимосвязь структурных единиц, образующих содержание теоретической и практической составляющих дисциплины);
- объем (количественный состав оценочных материалов);
- качество оценочных материалов в целом, обеспечивающее получение объективных и достоверных результатов при проведении контроля с различными целями.

-

**РАЗДЕЛ 1. Перечень компетенций с указанием видов оценочных средств в процессе освоения дисциплины**

**1.1 Перечень формируемых компетенций**

код компетенции	формулировка компетенции
<b>ОПК</b>	<b>ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>
<b>ОПК-3</b>	способностью использовать основные законы естественнонаучных дисциплин и современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
<b>ПК</b>	<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>
<b>ПК-22</b>	способностью анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем

## 1.2. Перечень компетенций с указанием видов оценочных средств

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
<b>ОПК-3:</b> Способность использовать основные законы естественнонаучных дисциплин и современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	<b>Знать:</b> – нормативно-правовую базу, регулирующую деятельность в сети интернет; - основные социально-экономические процессы, возникающие в связи с развитием деятельности в сетевом пространстве; - математические методы, применяемые для расчета экономических показателей.	Пороговый уровень	Обучающийся слабо знает базовый аппарат дисциплины, основные социально-экономические процессы, возникающие в связи с развитием деятельности в сетевом пространстве; методы оценки эффективности электронной коммерции; основные тенденции сетевой экономики и электронного бизнеса; математические методы, применяемые для расчета экономических показателей	<b>Блок А</b> – задания репродуктивного уровня - Тестовые задания.
		Базовый уровень	Обучающийся знает с незначительными ошибками и отдельными пробелами базовый аппарат дисциплины, основные социально-экономические процессы, возникающие в связи с развитием деятельности в сетевом пространстве; методы оценки эффективности электронной коммерции; основные тенденции сетевой экономики и электронного бизнеса; математические методы, применяемые для расчета экономических показателей	
		Продвинутый уровень	Обучающийся знает в полном объеме базовый аппарат дисциплины, основные социально-экономические процессы, возникающие в связи с развитием деятельности в сетевом пространстве; методы оценки эффективности электронной коммерции;	

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
			основные тенденции сетевой экономики и электронного бизнеса; математические методы, применяемые для расчета экономических показателей	
	<p><b>Уметь:</b> – систематизировать нормативно-правовую информацию; – формулировать экономические цели, задачи, оценивать выгоды и затраты деятельности в интернет-пространстве; – анализировать закономерности социально-экономических явлений и процессов, обусловленных появлением и развитием сетевой экономики с применением методов системного анализа.</p>	Пороговый уровень	Обучающийся слабо умеет составлять техническое задание на разработку корпоративного сайта сетевой компании, Интернет-магазина; формировать предложения по реорганизации бизнес-процессов при выходе компании в он-лайн; разработать направление рекламной компании по продвижению сайта.	<p><b>Блок В</b> – задания реконструктивного уровня - Лабораторная работа.</p>
	Базовый уровень	Обучающийся умеет с незначительными ошибками и отдельными пробелами составлять техническое задание на разработку корпоративного сайта сетевой компании, Интернет-магазина; формировать предложения по реорганизации бизнес-процессов при выходе компании в он-лайн; разработать направление рекламной компании по продвижению сайта.		
Продвинутый уровень	Обучающийся умеет в полном объеме составлять техническое задание на разработку корпоративного сайта сетевой компании, Интернет-магазина; формировать предложения по реорганизации бизнес-процессов при выходе компании в он-лайн; разработать направление рекламной компании по продвижению сайта			

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками формулирования целей и задач экономической деятельности в сети интернет.</li> <li>- методами математического анализа экономических явлений и процессов в среде сетевого пространства;</li> <li>- навыками самостоятельного приобретения новых знаний и умений деятельности в сети интернет.</li> </ul>	<p>Пороговый уровень</p>	<p>Обучающийся слабо владеет методами математического анализа экономических явлений и процессов в среде сетевого пространства;          Навыками работы с ресурсами сети Интернет;          навыками проведения исследования и анализа конъюнктуры сетевого рынка с помощью ИТ;          навыками решения аналитических и исследовательских задач информационные ресурсы и источники знаний в электронной среде.          Навыками оценивать и сопоставлять современные информационные технологии и ТС,          применяемые в сетевом бизнесе</p>	<p><b>Блок С</b> – задания практико-ориентированного уровня          Задания «Кейс-Стади»</p>
<p>Базовый уровень</p>	<p>Обучающийся владеет с незначительными ошибками и отдельными пробелами методами математического анализа экономических явлений и процессов в среде сетевого пространства;          Навыками работы с ресурсами сети Интернет;          навыками проведения исследования и анализа конъюнктуры сетевого рынка с помощью ИТ;          навыками решения аналитических и исследовательских задач информационные ресурсы и источники знаний в электронной среде.          Навыками оценивать и сопоставлять современные информационные технологии и ТС,          применяемые в сетевом бизнесе</p>			
<p>Продвинутый уровень</p>	<p>Обучающийся владеет в полном объеме методами математического анализа экономических явлений и процессов в среде сетевого пространства;          Навыками работы с ресурсами сети Интернет;          навыками проведения исследования и анализа</p>			



Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
			<p>конъюнктуры сетевого рынка с помощью ИТ; навыками решения аналитических и исследовательских задач информационные ресурсы и источники знаний в электронной среде.</p> <p>Навыками оценивать и сопоставлять современные информационные технологии и ТС, применяемые в сетевом бизнесе</p>	
<p><b>ПК-22:</b> Способность анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем.</p>	<p><b>Знать:</b> - основные способы самостоятельного приобретения новых знаний и умений, связанных с деятельностью в сетевом пространстве; - основные виды информационных-коммуникационных технологий, необходимых для осуществления деятельности в интернет-пространстве; -задачи ведения бизнеса в сетевой экономике, решаемые с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (знание основ организации торговли, платежных систем в сети, систем взаимо-</p>	<p>Пороговый уровень</p> <p>Базовый уровень</p>	<p>Обучающийся слабо знает теоретические и практические методы конструирования сайтов электронной коммерции; бизнес-модели электронной коммерции, сетевой финансовой деятельности, модели ценообразования на сетевые товары и услуги; задачи ведения бизнеса в сетевой экономике, решаемые с использованием современных информационно-коммуникационных технологий</p> <p>Обучающийся знает с незначительными ошибками и отдельными пробелами теоретические и практические методы конструирования сайтов электронной коммерции; бизнес-модели электронной коммерции, сетевой финансовой деятельности, модели ценообразования на сетевые товары и услуги; задачи ведения бизнеса в сетевой экономике, решаемые с использованием современных информационно-коммуникационных технологий</p>	<p><b>Блок А</b> – задания репродуктивного уровня - Тестовые задания.</p>

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
	действия партнеров в сети интернет и др.).	Продвинутый уровень	Обучающийся знает в полном объеме теоретические и практические методы конструирования сайтов электронной коммерции; бизнес-модели электронной коммерции, сетевой финансовой деятельности, модели ценообразования на сетевые товары и услуги; задачи ведения бизнеса в сетевой экономике, решаемые с использованием современных информационно-коммуникационных технологий	<b>Блок В</b> – задания реконструктивного уровня - Лабораторная работа.
	<b>Уметь:</b> - самостоятельно организовывать свою деятельность в глобальной компьютерной сети; - применять современные информационно-коммуникационные технологии для решения задач в сфере электронного бизнеса, услуг общественного и частного потребления с учетом основных требований информационной безопасности	Пороговый уровень	Обучающийся слабо умеет пользоваться современным программным обеспечением в сфере электронного бизнеса; пользоваться самыми современными технологиями при оплате товара через интернет-магазин посредством электронных платежных систем	
	Базовый уровень	Обучающийся умеет с незначительными ошибками и отдельными пробелами пользоваться современным программным обеспечением в сфере электронного бизнеса; пользоваться самыми современными технологиями при оплате товара через интернет-магазин посредством электронных платежных систем		
Продвинутый уровень	Обучающийся умеет в полном объеме пользоваться современным программным обеспечением в сфере электронного бизнеса; пользоваться самыми современными технологиями при оплате товара через интернет-магазин посредством электронных платежных систем			

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Виды оценочных средств
	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки бизнес-проектов деятельности в сети интернет;</li> <li>– навыками поиска информации с применение информационно-коммуникационных технологий</li> </ul>	Пороговый уровень	Обучающийся слабо владеет навыками разработки бизнес-проектов деятельности в сети интернет; навыками анализа и оценки экономической эффективности инвестиций в сетевые компании; разработки проектов по созданию web-сайтов и проводить исследование и анализ конъюнктуры сетевого рынка	<p><b>Блок С</b> – задания практико-ориентированного уровня</p> <p>Задания «Кейс-Стади»</p> <p>- Деловая игра</p>
Базовый уровень	Обучающийся владеет с незначительными ошибками и отдельными пробелами навыками разработки бизнес-проектов деятельности в сети интернет; навыками анализа и оценки экономической эффективности инвестиций в сетевые компании; разработки проектов по созданию web-сайтов и проводить исследование и анализ конъюнктуры сетевого рынка			
Продвинутый уровень	Обучающийся владеет в полном объеме навыками разработки бизнес-проектов деятельности в сети интернет; навыками анализа и оценки экономической эффективности инвестиций в сетевые компании; разработки проектов по созданию web-сайтов и проводить исследование и анализ конъюнктуры сетевого рынка			

## РАЗДЕЛ 2. Задания, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине

Для проверки сформированности компетенции **ОПК-3**: Способность использовать основные законы естественнонаучных дисциплин и современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

### Блок А. Задания репродуктивного уровня («знать»)

#### А.1 Фонд тестовых заданий по дисциплине

1. В каком году появились первые упоминания об информационной революции?
  - а. 1980г.
  - б. 1970г.
  - в. 1960г.
  - г. 1950г.
  
2. Какой экономист определил 1991 год, годом «информационного века»?
  - а. Томас Стюарт.
  - б. Савин А.В.
  - в. Тамбовцев В.
  - г. Абалнин Л.И.
  
3. Какие три формы управления вы знаете?
  - а. Рыночная, сетевая и иерархическая.
  - б. Командная, сетевая и рыночная.
  - в. Командная, сетевая и иерархическая.
  - г. Сетевая, внешнеэкономическая и внутриэкономическая.
  
4. Сетевая экономика-это..
  - а. Качественно новая форма экономического порядка, которая начинает вытеснять иерархические и рыночные формы из обслуживания экономических отношений в обществе.
  - б. Одна из составляющих общественно экономического уклада общества, вытесняющая командные и рыночные отношения.
  - в. Новая форма экономического порядка идущая наряду с рыночными и иерархическими отношениями.
  - г. Экономические отношения, осуществляющие процесс купли или продажи товаров, услуг.
  
5. Экономика сети - это..
  - а. Одна из составляющих общественно экономического уклада общества, вытесняющая командные и рыночные отношения.

б. Исследует экономическую выгоду от объединения агентов различного рода сети - транспортные, финансовые и информационные.

в. Качественно новая форма экономического порядка, которая начинает вытеснять иерархические и рыночные формы из обслуживания экономических отношений в обществе.

г. Экономические отношения, осуществляющие процесс купли или продажи товаров, услуг.

6. Какие формы экономических связей вы знаете?

а. Дополнительность и совместимость.

б. Дополнительность и сопоставимость.

в. Совместимость и решаемость.

г. Адекватность и полнота.

7. Что следует различать при ведении бизнес-процессов в информационной среде?

а. Информационно – имиджевый, рекламный, торговый, транзакционный и межкорпоративный сайты.

б. Имиджевый, связующий и рекламный сайты.

в. Корпоративный и торговый сайты.

г. Конкурентный, рекламный и торговый сайты.

8. Сколько категорий экономических субъектов существует на электронном рынке.

а. Четыре.

б. Три.

в. Две.

г. Пять.

9. Сколько принципов сетевой экономики вы знаете?

а. Восемь.

б. Десять.

в. Девять.

г. Тринадцать.

10. Что такое B2B и B2C?

а. Бизнес и система второго порядка.

б. Бизнес и система второго уровня.

в. Бизнес в бизнесе, система в системе.

г. Бизнес и система, как взаимодополняющие друг друга характеристики.

11. Что является одной из массовых операций на рынке?

а. Поиск поставщика по минимальной цене.

б. Поиск постоянного клиента.

- в. Поиск товаров по минимальной закупочной цене.
- г. Конкурентоустойчивость.

12. Какое название носят предметно – ориентированные системы, при создании автоматизированных систем поиска в сети Интернет?

- а. «активный агент».
- б. «пассивный агент».
- в. «интеллектуальный агент».
- г. «технологический агент».

13. Индивидуализация продукции в соответствии с запросами заказчика, является следствием:

- а. Тесного контакта поставщиков.
- б. Тесного контакта поставщика и потребителя.
- в. Тесного контакта потребителей.
- г. Тесного контакта заказчика и потребителя.

14. Экстранет-это..

- а. Корпоративные сети на стыке нескольких фирм.
- б. Корпоративные сети внутри одной фирмы.
- в. Глобальные пользовательские сети.
- г. Распределительные сети.

15. Необходимо ли соблюдать анонимность для ряда агентов рынка, которую может обеспечить посредническая фирма?

- а. Да, разумеется.
- б. Нет, анонимность в этом случае вовсе не нужна.
- в. Да, но только в некоторых случаях.
- г. Не знаю.

16. Исторической родиной развития электронного рынка является:

- а. Великобритания.
- б. Франция.
- в. США.
- г. Россия.

17. Электронный бизнес представляет собой:

а. Преобразование основных бизнес-процессов при помощи Интернет-технологий.

б. Любая деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей.

в. Реализацию бизнес-процессов с использованием информационных и телекоммуникационных технологий и систем.

г. Все ответы верны.

18. основные этапы использования электронного бизнеса являются:

- а. Маркетинг.
- б. Производство.
- в. Продажи.
- г. Все ответы верны

19. Модель, ориентированная на потребителя - это:

- а. Господствующее положение занимает производитель.
- б. Доминирующей ролью посредников.
- в. Привлечение и удержание потребителей.
- г. Все ответы верны.

20. Традиционная компания представляет собой:

- а. Компании, которые часть своей деятельности осуществляют через Интернет.
- б. Компании, которые существуют только в Интернет.
- в. Которые действуют на реальном, физическом рынке и не обращаются к электронному бизнесу.
- г. Все ответы не верны.

21. Какая из категорий присуще компании, использующие Интернет:

- а. Стремящиеся получить дополнительный доход от продажи физических или электронных товаров и услуг.
- б. Стремящиеся снизить издержки и сократить время совершения сделки в самых разных областях бизнеса:
- в. Стремящиеся создать или укрепить свои торговые марки, использующие Интернет для рекламы/продвижения
- г. Все ответы верны

22. Что не входит в комплекс электронного маркетинга:

- а. Продукт.
- б. Качество.
- в. Канал.
- г. Цена.

23. В каком году сеть Интернет получила широкое распространение?

- а. 1990.
- б. 1995.
- в. 2000.
- г. 2005.

24. С технической точки зрения, всемирное объединение компьютерных сетей, которые могут связывать компьютеры внутри предприятия, или объединять

локальные сети различных предприятий – это:

- а. Локальная сеть.
- б. Сеть Интернет.
- в. ERP- технологии.
- г. Нет верного ответа

25. Общее количество пользователей Интернета в мире достигает

- а. Около 100 тыс.чел.
- б. Около 500 тыс.чел.
- в. Около 100 млн.чел.
- г. Более 200 млн.чел.

26. Какие возможности для ведения бизнеса предлагает сеть Интернет:

- а. Недорогие коммуникации.
- б. Снижение внутрифирменных технологических затрат.
- в. Доступные и удобные средства для разработки фирменных информационных систем.
- г. Все вышеперечисленное.

27. Любая сделка, совершенная посредством сети связанных между собой компьютеров (хотя бы и не подключенных к Интернету), по завершении которой происходит передача права собственности или права пользования вещественным товаром или услугой – это:

- а. Интернет-торговля.
- б. Электронная коммерция.
- в. Электронный бизнес.
- г. Нет правильного ответа.

28. Какие задачи необходимо решить для предоставления на рынке товаров и услуг?

- а. Сегментирование рынка.
- б. Определение потребностей покупателей в целевых сегментах и способы продвижения товара.
- в. Связь с потребителями.
- г. Всё вышеперечисленное.

29. Форма бизнеса, при которой все стороны деловых отношений, включая продажи, маркетинг, финансовый анализ, платежи, поиск сотрудников, поддержку клиентов и партнеров, перенесены в интернет- это:

- а. Электронный бизнес.
- б. Офшорный бизнес.
- в. Деловой бизнес.
- г. Нет верного ответа.



30. К функциям электронной коммерции можно отнести:
- а. Рекламу.
  - б. Представление товара.
  - в. Проведение покупки.
  - г. Все вышеуказанное.

## **Блок В. Задания реконструктивного уровня («уметь»)**

### **В1.Лабораторные работы**

#### **Лабораторная работа №1. Принципы экспоненциального развития сетевой экономики и принцип обратного ценообразования.**

**Цель работы:** Ознакомление с основными понятиями и категориями Интернет-экономики в рамках сетевого сообщества.

**Задачи:**

Ознакомиться:

1. Информационно-сетевое сообщество (философские аспекты).
2. Понятие Интернет-экономики. Информационные сети – сетевой способ производства.
3. Сетевые информационные продукты.

#### **Лабораторная работа №2. Управление сетевой организацией.**

**Цель работы:** Рассмотрение проблем, возникающих при формировании и дальнейшего развития сетевой экономики.

**Задачи:**

1. Организация связей предприятий в сети.
2. Технология организации связей.
3. Виды информационных сетей.
4. Масштабы экономической деятельности в сети Интернет

## **Блок С. Задания практикоориентированного уровня для диагностирования сформированности компетенций («владеть»)**

### **С1. Задания «Кейс-стади»**

#### **Кейс. Решения AmericaOnline и Netscape**

AmericaOnline (www.aol.com), добилась успеха в ряде направлений. Так, например, только одна стратегия, использованная компанией для того, чтобы достичь статуса первой мультибрендовой медиа-компании в мире, принесла ей оборот \$5 млрд. Создав новую концепцию своих услуг, компания эволюционировала от провайдера Интернета, каковым она была в 1995 г., до нынешнего положения в качестве лидера отрасли, предоставляющего интерактивные услуги и уникальную информацию. Она первой проделала путь до медиа-компании, по основным характеристикам схожей с CBS или Disney.

С приобретением NetscapeAmericaOnline получила возможность переопределить понятие интегрированной медиа-компании в Интернете. Ряд фирм, возникших как Интернет-проекты, предпринимал попытки построить эквивалент вертикально интегрированной холдинговой компании. Подобно тому, как обычная холдинговая компания контролирует компании, участвующие в производстве стоимости в ее физическом выражении (угольные шахты, железные дороги, сталелитейные заводы, комбинаты, пункты продажи и т.д.) вертикально интегрированный холдинг в Интернет владеет организациями, занимающимися всеми направлениями Интернет-бизнеса, такими как обратная связь, сетевая публицистика, разработка программного обеспечения и рекламное обслуживание.

По ряду причин такие вертикальные холдинги не действовали. Тем не менее, с приобретением Netscape и ряда других компаний AmericaOnline вплотную подошла к тому, чтобы стать интегрированной медиа-компанией Интернета. В данном плане структура AmericaOnline близка к тому, чего Sony и Disney пытались достичь в сфере шоу-бизнеса. Sony владеет компаниями в сфере кино, музыки, игр и потребительской электроники. Disney контролирует предприятия в сфере кино, музыки, телевидения, а также парки развлечений. Подобно этим холдингам, AmericaOnline имеет дочерние компании в областях связи (AmericaOnline, CompuServe) и информационной (DigitalCity, aol.com, Netcenter). Формируется консалтинговое агентство по вопросам Интернет-бизнеса в форме совместного предприятия с корпорацией Sun, охвачена индустрия программного обеспечения и коммуникаций (ICQ, Netscape). Компания начала выпуск компьютерной техники в сотрудничестве с Sun. На долю сети AmericaOnline приходится 35% всей рекламы в Интернет. Компания использует маркетинговые преимущества и получает доходы от продажи программного обеспечения и трафика в разных системах и демографических слоях.

В процессе создания новой концепции своих услуг AmericaOnline должна была учитывать два принципиально важных фактора. Во-первых, в то время как Sony и Disney предоставляют первоклассную информацию, у AmericaOnline с этим не все гладко. Почти каждая готовая к работе в сети организация стремится в комплексе предлагаемых услуг давать высококачественную информацию. Согласно распространенному мнению, она является магнитом, который притягивает посетителей. Чем интереснее содержание сайта, тем он популярнее. Популярность сайта считается положительным фактором. Информация может приобретаться, создаваться посетителями или профессионалами. Но стоит отметить, что все успешные проекты в Интернете предлагают комплексную информацию. Даже такой чисто коммерческий сайт, как Amazon.com, пропагандирует идею, что сведения о книгах и читательские обзоры дают ему конкурентные преимущества перед обычными книжными магазинами и другими сетевыми книготорговцами.

Для AmericaOnline основной является информация вроде инвестиционных серий под названием MotleyFool. Но ценна не служебная информация Netcenter, а содержание, создаваемое клиентами AmericaOnline. Компания вынуждена приобретать большую часть информации, по убыточным расценкам, для того чтобы привлечь посетителей на свои сайты. Именно поэтому она приобрела, заплатив \$2

млн., у корпорации Time права на сетевую версию журнала People. AmericaOnline не скрывает, что она не может компенсировать эти затраты за счет доходов от рекламы. До тех пор, пока потребители предпочитают получать информацию бесплатно, она останется основным средством привлечения посетителей и создания дополнительного трафика. Это означает невысокие зарплаты и убытки для создателей "содержимого" в Интернете.

Информация связана с процессом ее использования до конца не изученным образом. Готовые к работе в сети компании неизменно отмечают, что между содержанием и путями его использования существует некое напряжение. В этом противостоянии всегда побеждает содержание. Например, сейчас большинство пользователей Интернета получают информацию с помощью браузера. Именно поэтому компания Netscape, разработавшая особенно привлекательную версию браузера, стала столь популярна. Но необходимо вспомнить, что именно медиа-компания поглотила разработчика программного обеспечения, а не наоборот, как можно было предположить. Превосходство информации по сравнению с методом ее потребления связано с тем, что программное обеспечение без информации в мире Интернета почти полностью теряет полезность. Таким образом, Интернет-бизнес ведется в окружении, тесно связанном с информацией и услугами. Программное обеспечение имеет для Интернета такое же значение, как типографии для публицистики. Читатели покупают журналы не из-за того, каким способом они отпечатаны.

Так же потребители приобретают информацию не потому, что для ее создания и распространения использовано то или иное программное обеспечение. AmericaOnline пережила много взлетов и падений с момента образования компании в 1985 г. Тем не менее, под руководством своего основателя Стива Кейса (SteveCase) она проделала значительную работу по трансформации своих услуг. В качестве медиа-компания AmericaOnline действует в нескольких направлениях. Это портал, который предлагает комплекс услуг, обычных для работы в условиях Интернет-экономики, от автомобилей до спорта. Это распространение информации, большую часть которой компания приобретает, но и значительное количество которой создает сама. AmericaOnline объединяет свои услуги, создавая тем самым сообщество по интересам. К неоценимым активам AmericaOnline относятся 18 млн. ее подписчиков. Не все из них остались довольны, но каждый внес вклад в развитие компании. К чести AmericaOnline можно сказать, что она осознает, что использование подобных активов под силу только медиа-компаниям. Остальные медиа-компании долго не хотели принять AmericaOnline в свои ряды. Однако даже CBS в конце концов признала ее, проведя в сети AmericaOnline девятидневную рекламную кампанию с бюджетом в \$10 млн. CBS рассчитывала адресовать эту кампанию подписчикам AmericaOnline, многие из которых относятся к категории молодых обеспеченных людей. Именно эту группу CBS стремилась привлечь, борясь со старением своей аудитории. AmericaOnline предлагает чаты, рекламные баннеры, зоны развлечений, ежедневные анонсы.

Без сомнения, для CBS сделка была выгодна. Но для AmericaOnline эта рекламная кампания стала настоящим триумфом: организация приобрела статус

полноценной медиа- компании. Незначительные вещательные ресурсы Интернет-компаний достигли такого уровня, что стратегические альянсы между телевидением и Интернетом Превратились из Исследовательских экспериментов в реальную необходимость.

Разработка новой концепции своих товаров — трудоемкий процесс. Подразделения, приверженные существующему порядку, отчаянно сопротивляются, особенно если дела компании идут успешно. Зачастую случается так, что в процессе преобразований компания обнаруживает, что конкурирует со своими бывшими партнерами и союзниками и сотрудничает с заклятыми врагами. Для того чтобы принимать необходимые для трансформации продукта решения, нужно создать здоровую структуру. К чести AmericaOnline отметим, что именно это она и делает.

Компания трансформирует свои продукты в нескольких направлениях:

- Превращается из провайдера в медиа-компанию
- Заменяет доходы от подписчиков доходами от рекламы и сделок
- Стремится создавать информацию вместо того, чтобы ее приобретать
- Мигрирует из закрытого в открытое сетевое окружение
- Переносит основное внимание с частных на корпоративных клиентов

В процессе преобразований AmericaOnline столкнулась с парадоксом. Если компания хочет не только распространять информацию, но и создавать ее, она должна уметь сотрудничать со своими традиционными информационными партнерами в краткосрочном аспекте, в то же время, стараясь заместить их в будущем собственными силами. Компания НВО успешно выполнила это требование. В течение первых 10 лет своего существования она была распространителем информации, показывая по своему каналу первоклассные фильмы. В дальнейшем НВО приобрела черты компании, которая создает информацию сама, начав снимать собственные фильмы.

AmericaOnline продолжает развивать новые концепции своей деятельности. Компания признает, что она известна в основном своей деятельностью на рынке частных клиентов. Пытаясь изменить эту тенденцию и занять нишу на рынке деловых услуг, AmericaOnline приобрела CompuServe, организацию, предоставляющую различные услуги корпоративным клиентам. Она также усилила свое подразделение, отвечающее за корпоративные продажи, предложив, крупным корпорациям предоставление удаленного доступа. В конце 1998 г. компания приобрела Netscape.

Компания пытается оптимизировать использование своей сети, которая, будучи ориентированной на частных клиентов, испытывает основные нагрузки с 8 ч вечера до полуночи по местному времени. Избыточные мощности могут быть предложены корпоративным клиентам. Чем разумнее компания распределит загрузку сети, тем сильнее проявляется эффект экономии на масштабе. AmericaOnline признает, что ее слабая сторона — обеспечение безопасности. Стремясь исправить положение, она активно сотрудничает с лидерами данной отрасли, — включая SecurityDynamics, CheckPointSoftware, AventailCorporation и AXENT Technologies. Корпоративные клиенты требуют заключения всеобъем-

лющего соглашения о предоставлении услуг, гарантированной связи и доступности сети. Учитывая историю компании, можно предположить, что AmericaOnline встретится со значительными трудностями на пути преодоления стереотипов, сложившихся в отношении ее как исключительно потребительской компании, причем не очень надежной.

Опыт Netscape в создании новых концепций предлагаемых услуг также поучителен. В отличие от AmericaOnline, Netscape пошла на слияние, потому что это было для нее вопросом жизни и смерти. До заключения этой сделки Netscape уже кардинально меняла свою стратегию. Из разработчика браузеров она превратилась производителя программного обеспечения развлекательного характера, а также открыла собственный портал, причем одно направление бизнеса удачно дополняло другое. Для компаний, которым требовался портал и техническая экспертиза, Netcenter — привлекательное решение для приложений с большим объемом графика. Если клиенты хотели разрабатывать, внедрять и поддерживать собственные Интернет-приложения. Netscape предоставляла необходимые для этих целей инструменты. Если организации было нужно и то, и другое, Netscape предлагала профессиональные услуги и высококачественное программное обеспечение для применяемых решений. Кроме того, компания продолжила развивать направление браузеров. Netscape захватила рынок Web-браузеров после того, как Джим Варксдэйл (JimBarksdale) принял на работу Марка Андресена (MarkAndreseen) и его коллег из Университета Иллинойса, где они создали первый браузер под названием Mosaic. В течение нескольких месяцев команда разработала браузер Netscape и создала первый брэнд в истории Интернет-экономики. На год имя компании стало синонимом названия отрасли. Это произошло после того, как ее браузер открыл Netscape двери в млн. домов и офисов.

К слиянию Netscape вынудил стремительный рост Microsoft и последующее свободное распространение ею своего браузера InternetExplorer. Действия Microsoft подорвали положение Netscape, которая начала взимать за свою программу плату. Наряду с падением доходов от продажи браузера до минимального уровня другие начинания компании также постигла неудача. Выход Netscape на рынок внутрикорпоративной связи не принес ожидаемых результатов, поскольку эту область уверенно контролировали Microsoft и Lotus. Стратегия развития на рынке серверов была подорвана выходом на рынок компаний Microsoft, Compaq, SunMicrosystems и других.

Компании недостаточно дать новую концепцию предлагаемых товаров и услуг. Она должна безупречно воплощать эту концепцию в жизнь. Теперь новые консультанты из AmericaOnline должны помочь Netscape обрести новое видение. Этот путь не усыпан розами. Поставив перед собой цель стать лидером мирового уровня, как в области разработки программного обеспечения, так и в сфере предоставления порталных услуг, компания взяла на себя серьезные обязательства.

Вопросы для обсуждения:

1. Как бы Вы определили основные функции интегрированной медиа-компании AmericaOnline в Интернете?

2. Всегда ли оправданы инвестиции в контент (в информационное наполнение)? Поясните свою позицию.

3. На работу с какой аудиторией Интернета направлена деятельность компании mericaOnline?

## **Блок Д. Задания для использования в рамках промежуточной аттестации**

### **Д1. Перечень вопросов для зачета**

1. Формы организации экономической деятельности. Массовое применение сетевых технологий
2. Принципы функционирования и развития сетевой экономики
3. Характеристика продукции сетевой экономики
4. Характеристика информации как продукта и предмета
5. Общая характеристика рынка информационных услуг и продуктов
6. Определение сетевой экономики.
7. Понятие Интернет – экономики. Новая экономическая система.
8. Ценовая сеть.
9. Формирование цен на информационном рынке

**Для проверки сформированности компетенции ПК-22:** Способность анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем.

## **Блок А. Задания репродуктивного уровня («знать»)**

### **А.1 Фонд тестовых заданий по дисциплине**

1. Одно из основных отличий сетевой формы от традиционной заключается в:
  - а. Политических ориентациях ее участников.
  - б. Этических или целостных ориентациях ее участников.
  - в. Эстетических ориентациях ее участников.
  - г. Нормированных ориентациях ее участников.
2. Из скольких аксиом состоит технический анализ?
  - а. Четыре.
  - б. Три.
  - в. Пять.
  - г. Две.
3. Существует несколько типов ценовых графиков:

- а. Линейные и нелинейные чарты, гистограммы.
- б. Японские свечи, гистограммы, тренды.
- в. Линейные чарты, гистограммы, японские свечи.
- г. Китайские свечи, тренды, гистограммы.

4. В виртуальном пространстве взаимодействие между людьми осуществляется так - убрать лишний вариант:

- а. Через распространение по пространству информационных потоков.
- б. В виде сбора и обработки поступающей информации.
- в. Через виртуальные передатчики.
- г. Через прямой информационный обмен между участниками экономики.

5. При помощи кого осуществляется выход на рынок Forex?

- а. Посредника.
- б. Торгового дилера.
- в. Брокера.
- г. Предприятий.

6. Что рассчитывают границы Боллингера?

- а. Среднее отклонение закрытия цен.
- б. Среднее и стандартное отклонение последовательности закрытия цен.
- в. Последовательное отклонение последовательности закрытия цен.
- г. Последовательное отклонение последовательности открытия цен.

7. Из сколько аксиом состоит технический анализ?

- а. Четыре.
- б. Три.
- в. Пять.
- г. Две.

8. Какие виды трендов вы знаете?

- а. Бычий, медвежий, боковой.
- б. Нисходящий, восходящий, горизонтальный.
- в. Кроличий, медвежий, бычий.
- г. Бычий, медвежий, лисий.

9. Применение математических методов требует (уберите лишний вариант):

- а. Системного подхода к исследованию заданного объекта, учета взаимосвязей и отношений с другими объектами.
- б. Разработка математических моделей, отражающих количественные показатели системной деятельности работников организации.
- в. Математического анализа при использовании традиционных экономических расчетов.

г. Совершенствования систем информационного обеспечения управления предприятием с использованием электронно-вычислительной техники.

10. Статистические методы-это..

а. Методы элементарной математики.

б. Экономический анализ определяющий влияние комплекса экономических факторов на результативный показатель деятельности предприятия.

в. Основное средство исследования массовых повторяющихся явлений.

г. Разработка математических моделей, отражающих количественные показатели системной деятельности работников организации.

11. На каком этапе реализации Web-проекта прибегают к помощи специалиста предметной области, имеющего начальные сведения о технических аспектах создания программных продуктов?

а. Формулирование концепции и цели бизнеса.

б. Определение первоначального варианта структуры и архитектуры Web-сайта.

в. Построение прототипа и проработка структуры и архитектуры Web-сайта.

г. Построение рабочей версии сайта.

12. Какой этап связан с программированием и уточнением отдельных фрагментов технического задания?

а. Формулирование концепции и цели бизнеса.

б. Определение первоначального варианта структуры и архитектуры Web-сайта; построение прототипа и проработка структуры и архитектуры Web-сайта.

в. Построение рабочей версии сайта.

13. Изучение рынка для размещения продукта, определения цены, вероятных покупателей и выработки способов общения с последними- это

а. Маркетинг.

б. Менеджмент.

в. экономика.

14. Какие модели применимы в области здравоохранения, программного обеспечения, телекоммуникаций?

а. Вертикальные.

б. Горизонтальные.

в. Смешанные.

г. Маркетинговые.

15. К какой группе моделей следует отнести модель Healthon/WebM, которая позволяет безопасно обмениваться информацией среди несовместимых информационных систем здравоохранения?



- а. Вертикальные.
- б. Горизонтальные.
- в. Смешанные.
- г. Маркетинговые.

16. К какой группе моделей следует отнести совместный проект CommerceOne (CMRC) и GeneralMotors?

- а. Вертикальные.
- б. Горизонтальные.
- в. Смешанные.
- г. Маркетинговые.

17. В какой модели господствующее положение занимает производитель?

- а. Рынок производителя.
- б. Рынок потребителя.
- в. Интерактивный рынок.
- г. Рынок посредников.

18. Какая модель определяется доминирующей ролью посредников, сосредоточивших в своих руках всю информацию о потребителях?

- а. Рынок производителя.
- б. Рынок потребителя.
- в. Интерактивный рынок.
- г. Рынок посредников.

19. Какие сетевые формы организации вы знаете?

- а. Корпоративные, сети делового партнерства и глобальные сети. (верный)
- б. Интранет, интернет и экстранет.
- в. Корпоративные, интернет и глобальные.
- г. Технологические, глобальные и сетевые.

20. Что является низкзатратными вариантами вхождения в сетевой рынок?

- а. Электронная витрина и электронный магазин.
- б. Электронная витрина, электронный магазин и аренда виртуального торгового пространства.
- в. Интернет – технологии и аренда виртуального пространства.
- г. Электронная витрина и электронная конкуренция.

21. Сколько функций выполняет система электронной торговли?

- а. Шесть.
- б. Семь.
- в. Две.
- г. Система электронной торговли не выполняет функций.

22. При какой модели взаимодействия участников рынка происходит взаимодействие бизнеса и государственных и административных структур, начиная от местных властей и заканчивая международными организациями?

- а. Бизнес — потребитель.
- б. Бизнес — бизнес.
- в. Потребитель — потребитель.
- г. Бизнес — государство.

23. Какие категории классификации электронных товаров имеются в действительности?

- а. Информационные и развлекательные продукты.
- б. Символы, концепции, жетоны.
- в. Процессы и услуги.
- г. Все вышеперечисленное.

24. К какой категории электронных товаров можно отнести аудио-видеоматериалы, информацию о продуктах и графические материалы?

- а. Символы, концепции, жетоны .
- б. Информационные и развлекательные продукты.
- в. Процессы и услуги.
- г. Все вышеперечисленное.

25. Какая из платёжных систем представляет собой универсальную мультибанковскую интегрированную систему платежей в Интернете, которая обеспечивает весь спектр финансовых услуг?

- а. CyberPlat.
- б. Assist.
- в. ЭлИТ-Карт.
- г. Нет верного ответа.

## **Блок В. Задания реконструктивного уровня («уметь»)**

### **В1.Лабораторные работы**

#### **Лабораторная работа №3. "Предприятия электронной коммерции"**

Цель работы: Знакомство с представленными в глобальной сети Интернет предприятиями электронной коммерции сектора Business-to-Business (B2B) и Business-to-Customers (B2C). Изучение структуры электронных предприятий. Освоение основных терминов электронной коммерции.

#### **Часть 1. Предприятия электронной коммерции сектора B2C**

##### **Задание к работе:**

1. Смоделировать процесс покупки выбранного товара/услуги.
2. Проанализировать типовую структуру электронных магазинов.

3. Провести сравнительный анализ рассмотренных электронных магазинов по приведенным в методических указаниях критериям. Результат анализа занести в отчет.

**Методические указания:**

1. По номеру рабочего места выбрать из табл. 1 соответствующий вид товаров/услуг.

По желанию студента товарную группу можно выбрать самостоятельно, согласовав ее с преподавателем.

Таблица 1

№ раб.места	Товарная группа
1	Аудио, видео
2	Книжная продукция
3	Компьютерная техника
4	Лекарственные препараты
5	Мебель, предметы интерьеры
6	Одежда, обувь
7	Парфюмерия, косметика
8	Программное обеспечение
9	Продукты питания
10	Спортивные товары
11	Средства связи
12	Ювелирные изделия

2. Пользуясь средствами поиска сети Интернет найти 4 электронных магазина, торгующих соответствующими товарами/услугами, и занести названия и web-адреса магазинов в табл.2.

3. Согласовать с преподавателем название товара/услуги процесс покупки которого будет моделирован, и занести его название в табл.2.

Таблица 2

№ вар-та	Товарная группа	Название магазина	Web-адрес магазина	Название товара/услуги

4. Для осуществления процесса покупки в большинстве электронных магазинов необходимо пройти регистрацию. При нежелании предоставлять реальные данные о себе (имя, адрес, e-mail) в процессе регистрации можно ввести данные, не соответствующие действительности.

**Примечание:** В процессе покупки подтверждения заказа НЕ ДЕЛАТЬ!

5. После завершения процесса покупки занести в отчет ответы на указанные ниже вопросы по каждому из четырех электронных магазинов:

1) Оцените товарный ассортимент магазина (наличие разделов и подразделов).

2) Сколько шагов, потребовалось для поиска необходимого товара (при использовании меню и поисковой системы).

3) Оцените полноту представленного текстового описания выбранного товара/услуги.

4) Отметьте достоинства и недостатки пользовательского интерфейса.

5) Отметьте наличие/отсутствие графического и мультимедийного описания товара (видео, звук) и их влияние на скорость загрузки web-страниц.

6) Проводилась (и на каком этапе) или нет регистрация посетителя. Какие сведения потребовались.

7) Предлагались ли какие-либо дополнительные услуги при формировании Корзины (в т.ч. для повторных клиентов).

8) Перечислить предлагаемые электронным магазином системы оплаты.

9) Перечислить предлагаемые электронным магазином системы доставки.

6. Занести результаты сравнения электронных магазинов по 5-ти бальной шкале в табл.3.

Таблица 3

№	Критерии оценки	Магазин 1	Магазин 2	Магазин 3	Магазин 4
1	Скорость загрузки сайта				
2	Полнота текстового описания				
3	Степень дружелюбности интерфейса				
4	Графическое и мультимедийное описание				
5	Удобство системы регистрации				
6	Дополнительные сервисные услуги				
7	Полнота он-лайн помощи				
8	Стоимость выбранного товара				
<b>9</b>	<b>Количество товарных разделов</b>				
10	Количество шагов при поиске				
11	Количество систем оплаты				
12	Количество систем доставки				

7. Проанализировать результаты табл. 3.

7.1. Расположить вышеперечисленные критерии по убыванию их важности для покупателя.

7.2. Расположить электронные магазины по степени удовлетворения вышеуказанным критериям. Определить «лучший» и «худший» магазин.

### Приложение:

Для поиска электронных магазинов можно воспользоваться поисковыми системами Интернет (Aport, Yandex, Rambler, Google и др.), а также специализированными интернет-каталогами.

### **Контрольные вопросы:**

1. В чем отличия традиционной торговли от электронной?
2. Что такое сегмент B2C?
3. Что такое электронный магазин?
4. В чем преимущества и недостатки электронных магазинов?
5. В чем особенности заказа товаров от заказа услуг?
6. Что такое электронная витрина?
7. Перечислите структурные разделы электронного магазина?
8. Зачем нужна регистрация посетителей электронного магазина?
9. Каковы функции электронной корзины?
10. Какие системы оплаты заказа используются в электронной коммерции?
11. Какие схемы доставки используются в электронной коммерции?

## **Блок С. Задания практикоориентированного уровня для диагностирования сформированности компетенций («владеть»)**

### **C1. Задания «Кейс-стади»**

#### **Кейс. Ситуация Prom1.ru**

Ситуация Prom1.ru – молодой Интернет-магазин. Его создатели поставили перед собой задачу - построить эффективно действующий масштабируемый бизнес, который обеспечивал бы безупречный приём, обработку и отправку заказов, предлагая при этом самые новые и удобные веб-сервисы. Процесс покупок в Prom1.ru должен быть максимально простым, удобным и доступным самому широкому кругу пользователей. Для выполнения таких амбициозных целей и обеспечения устойчивого роста компании нужна мощная аналитическая база, позволяющая изучать поведение покупателей и предлагать им наилучший сервис и ассортимент.

Руководством было принято решение о создании собственного отдела аналитики. Начальником нового отдела был назначен Роман Лозовой. Главными задачами отдела были анализ деятельности отдела маркетинга и построение системы управленческой отчетности. Однако динамика роста Prom1.ru и возрастающие объемы деятельности компании красноречиво свидетельствовали о неэффективной работе отдела, т.к. роста продаж не наблюдалось.

1. Проблема указанной ситуации состоит в следующем: в чем причина слабой организации работы Интернет-магазина? Какие инструменты предложить для решения поставленных задач?

2. Ключевое задание: разработать возможные варианты решения проблемы и обосновать выбор оптимального варианта.

Этапы выполнения кейса:

1. Найдите в российском сегменте сети Интернет 2-3 компании, занимающиеся деятельностью, максимально близкой к описанному в ситуации

2. Изучите сайты выбранных компаний и составьте набор из 10-15 характеристик, по которым данные компании отличаются друг от друга
3. Определите значения каждой из характеристик для каждой из компаний.
4. Выделите возможный набор внутренних сильных и слабых сторон в компании, набор потенциальных внешних возможностей для реализации компанией на рынке товаров (услуг), набор потенциальных внешних угроз для бизнеса компании на рынке товаров (услуг);
5. Постройте SWOT матрицу для предполагаемой компании, описывающую стратегические альтернативы и ограничения. Выделяя те, которые могут лечь в основу формирования стратегии.
6. Сделайте вывод по смыслу полученного результата и содержанию возможной стратегии компании.

## С2. Деловая игра

### Фондовая биржа

Целью данной деловой игры является наглядное представление механизмов формирования рыночных цен акций и других финансовых инструментов в ходе биржевых торгов.

В игре принимают участие четное количество команд по 2-3 человека, каждая из которых выступает в качестве самостоятельного биржевого дилера (т.е. от своего имени и за свой счет размещают заявки на покупку или продажу акций). Участники команды должны выбрать директора, который будет ответственным за принимаемые командой решения. Кроме того, каждой команде потребуется бухгалтер, который будет вести учет совершенных операций и остатков денег и акций, имеющихся в распоряжении команды.

Руководитель игры (преподаватель) выполняет роль биржевого маклера, в функции которого входит сбор заявок команд и расчет рыночного курса акций.

Каждая команда на начало игры располагает капиталом в размере 20 000 у.е.

В целях стандартизации, в игре действуют следующие ограничения на возможные значения цены и количества акций, отражаемых в заявках:

- Цены в заявках должны находиться в промежутке +/- 5 у.е. от курса, зафиксированного на предыдущем этапе. Курс акций на начало игры объявляет руководитель;

- Количество покупаемых или продаваемых акций должно быть кратно 50, но не более 200 (т.е. четыре варианта: 50, 100, 150, 200 штук).

За нарушение этих ограничений с команды берется штраф в размере 100 у.е., а их заявка аннулируется.

На бирже обращаются акции двух компаний: А и Б.

Компания А - крупное предприятие, выпускающее компьютерную технику и действующее на насыщенном, остро конкурентном рынке. В настоящее время конкурентам удалось несколько ослабить позиции компании А на рынке, однако компания ведет переговоры о слиянии с одним из предприятий отрасли. Сообще-

ния об этой сделке противоречивы. Финансовые эксперты считают, что если соглашение состоится, то курса акций компании А существенно возрастет. Срыв договора приведёт к падению курса. Таким образом, может стать выгодной и покупка и продажа акций компании А.

Компания Б занимает прочные позиции в автостроении, ее акции обычно высоко котируются. Фирма стремится постоянно поддерживать стабильные дивиденды, по возможности, постоянно их увеличивая, чтобы привлекать новых акционеров. Компания Б делает все возможное, чтобы не допускать падения своих акций. Однако динамичный автомобильный рынок больше подвержен мало предсказуемым изменениям, нежели рынок компьютерной техники.

Игра проводится в три этапа. Каждый этап условно можно разделить на следующие шаги:

- 1) Обсуждение участниками команды стратегии поведения на рынке;
- 2) Принятие решений относительно покупки или продажи акций; заполнение заявок о покупке или продаже акций и передача их руководителю игры;
- 3) Обработка руководителем игры собранных заявок и оглашение рыночного курса ценных бумаг;
- 4) Учет совершенных сделок участниками команд и заполнение отчетных форм.

Рассмотрим каждый из этапов подробнее:

1) На основе полученной перед началом игры (или на предыдущих этапах) информации участники команд должны определить план своих действий, который может заключаться в определении покупаемых или продаваемых ценных бумаг, приемлемых цен, оценке возможных результатов их действий и т.п.

Команды могут выбирать различные стратегии, например:

При покупке акций:

- Игра на повышение курса;
- Скупка большого пакета для стимулирования роста их курса;
- Получение контроля над фирмой.

При продаже акций:

- Игра на понижение курса;
- Привлечение наличных денег;
- Опасение падения курса и дивидендов по акциям.

2) Участники команды принимают решения о том, в каком количестве и по какой цене они готовы купить / продать акции компаний А и Б. При этом обязательно нужно помнить о том, что команды передают всего лишь заявку, которая будет исполнена лишь в том случае, если другая команда подаст встречную заявку, параметры которой будут подходящими. Данное условие - имитация идеальных рыночных условий, при которых каждый участник действует как бы «вслепую», не зная чего ожидать от другого участника. Поэтому здесь возникает следующее правило: чем выше предлагаемая цена покупки акций (чем ниже предлагаемая цена продажи акций), тем больше вероятность, что заявка будет исполнена. И наоборот. Но цена должна быть такой, чтобы не совершить сделку себе в убыток.

Принятые решения о количестве и цене покупки / продажи акций компании фиксируют у себя на листе и заносят их в бланк заявки в ту строку, которая означает текущий этап игры.

Затем заявки передаются руководителю игры. Форма заявки приведена в таблице П. 1.

Таблица П.1. Форма заявки

Компания №	Корпорация А		
	Купить	Продать	Цена
1 этап			
2 этап			
3 этап			

3) Обработка собранных заявок команд руководителем проводится вручную, а поэтому для установления рыночного курса акций применяется механизм, существовавший до появления компьютерных торгов (но в его основу положен тот же принцип, что и сейчас. Все поступившие поручения заносятся маклером в единую таблицу, которая имеет следующий вид (табл. П.2).

Таблица П.2 Пример составления маклерской книжки

Спрос (покупка)			Предложение (продажа)		
Количество	Цена, руб.	Накопительным итогом	Количество	Цена, руб.	Накопительным итогом
36 шт.	По 277	(36)	48шт.	По 270	(48)
6шт.	По 276	(42)	-	По 271	(48)
30шт.	По 275	(72)	16шт.	По 272	(64)
18шт.	По 274	(90)	66шт.	По 273	(130)
40шт.	По 273	(130)	14шт.	По 274	(144)
20шт.	По 272	(150)	12шт.	По 275	(156)
-	По 271	(150)	-	По 276	(156)
12шт.	По 270	(162)	2шт.	По 277	(158)

Заявки на покупку располагаются по убыванию указанной в них цены, а заявки на продажу - наоборот, по возрастанию.

В скобках дается общий спрос или общее предложение по приведенному лимиту. Например, по 276 рублей могут купить не только 6 акций, в поручении на которые указана эта цена, но и 36 акций, для которых подано поручение на покупку по 277 рублей. Аналогично и для продажи - цена в 273 рубля будет удовлетворять не только тех клиентов, которые указали ее в поручениях на покупку 66 акций, но и клиентов, пожелавших продать акции за меньшую цену (272 руб.) или по наименьшей цене (48 штук).

Задача маклера состоит в определении такой цены, при которой бы удовлетворялось наибольшее число поручений, как на покупку, так и на продажу. Из таблицы П.1 видно, что по цене 273 руб. можно купить и продать одинаковое количество акций. Эта цена и объявляется курсом акции, по ней исполняются все поручения, находящиеся в таблице выше, а остальные заявки остаются неисполненными. Клиенты, чьи поручения оказались неисполненными, могут передать



брокерам новые поручения по установленному курсу, либо дожидаться исполнения по ранее заданной цене.

Цена, при которой осуществляется наибольший объем сделок, называется «единым курсом акции». В приведенном примере единый курс - 273 руб.

4) После установления единого курса акций определяются те команды, чьи поручения могут быть исполнены по данному курсу. Для тех, кто желал купить акции, исполняются заявки с ценой ниже установленного курса, а для тех, кто желал купить - выше установленного курса акций. Поскольку биржевая игра происходит обезличено, руководитель не должен дать понять, заявки каких именно команд были исполнены. Именно для этого сами команды отмечали у себя в листах параметры поданных заявок. В случае если игроки запутались, руководитель игры может назвать только номера команд, заявки которых были исполнены.

На основе информации о совершенных сделках команды заполняют баланс компании, где должны быть подсчитаны обороты по сделкам (приход/расход денег или акций) и остатки денежных средств и акций на счетах. Компаниям важно знать, сколько денег у них на счету и сколько акций находится в их распоряжении, чтобы на следующем этапе не допустить подачи заявки на покупку по большей стоимости или продаже большего числа акций, чем у команды есть в наличии.

Форма баланса компаний-игроков приведена на следующей странице в таблице П.3.

Таблица П.3. Форма баланса компании-игрока

	Начало игры			Результаты сделок за 1 этап			Итог 1 этапа			Результаты сделок за 2 этап			Итог 2 этапа			Результаты сделок за 3 этап			Итог 3 этапа		
	А	Б	Наличные	А	Б	Наличные	А	Б	Наличные	А	Б	Наличные	А	Б	Наличные	А	Б	Наличные	А	Б	Наличные
Количество акций																					
Курс																					
Сумма по курсу																					
Итого																					

Перед началом игры каждой команде выдается карточка с начальными условиями их деятельности, а также с задачей, которую они должны выполнить в ходе игры. Примеры карточек приведены ниже:

Компания 1. У вас есть 250 акций А и 250 акций Б. Однако, полученная вами и неизвестная остальным информация, свидетельствует о том, что намеченное слияние фирмы А с другой компанией не состоится. Данное обстоятельство неизбежно приведет к падению курса акций компании А. Вы можете использовать эти сведения для игры на понижение курса - выполнять роль «медведя».

Компания 2. Ваша компания технологически связана с фирмой Б, и вы заинтересованы в участии в управлении фирмой Б. Попробуйте купить дополнительный пакет акций фирмы Б. На начало игры у вас есть 250 акций А и 250 акций Б.

Компания 3. Ваша компания технологически связана с фирмой А, и вы заинтересованы в участии в управлении фирмой А. Попробуйте купить дополнительный пакет акций фирмы А. На начало игры у вас есть 250 акций А и 250 акций Б.

Компания 4. Ваша фирма владеет только акциями фирмы Б в количестве 500 штук. Вы нуждаетесь в наличных деньгах для поддержки другого бизнеса, есть опасения, что банк не даст необходимый кредит. Выход из положения - вынужденная продажа определенного пакета акций. Вас может спасти также удачная игра на фондовой бирже.

Компания 5. Ваша компания владеет только акциями фирмы А в количестве 550 штук. Вы нуждаетесь в наличных деньгах для другого бизнеса, есть опасения, что банк не даст необходимый кредит. Выход из положения - вынужденная продажа определенного пакета акций. Вас может спасти также удачная игра на фондовой бирже.

Компания 6. Ваша компания владеет акциями фирмы А в количестве 400 штук и акциями фирмы Б в количестве 100 штук. По имеющейся у вас информации компания Б готовит к очередному автосалону новую перспективную модель своего автомобиля. Эта информация не известна другим участникам. Вы можете сыграть на повышение, купив пакет акций. Вместе с тем, учтите, что рынок акций Б неустойчив и возможны колебания курса.

Компания 7. У вас есть 250 акций А и 250 акций Б. Ваша компания зависит от компании А. Вам выгодно поддерживать высокий уровень курса акций А. Играйте на повышение курса акций А, покупая их по высокой цене.

Компания 8. У вас есть 250 акций А и 250 акций Б. ваша компания зависит от фирмы А. Вам выгодно снижать уровень курса акций Б. Играйте на понижение курса акций Б, продавая их по возможно низкой цене. При этом помните, что главное все-таки увеличение дохода компании.

Победителем признается та команда, у которой суммарная величина денежных средств и акции по рыночной стоимости будет наибольшей.

После игры полезно обсудить со студентами результаты игры, разобрав следующие вопросы:

1. Изменилось ли суммарное количество денежных средств, находящееся в распоряжении команд?

2. Способны ли спекуляции на фондовом рынке создавать новую стоимость в экономике?

3. Что произойдет, команда с наибольшей суммой денежных средств выйдет с рынка? Смогут ли все оставшиеся участники вернуть вложенные в акции деньги? Почему?

**Блок Д. Задания для использования в рамках промежуточной аттестации**

**Д1.Перечень вопросов для зачета**

1. Сущность Электронной коммерции и её место в сетевой экономике.
2. Основные понятия электронной коммерции.
3. Приобретение ресурсов
4. Сбыт продукции
5. Посреднический бизнес
6. Интернет как канал прямого маркетинга
7. Разновидности электронных денег
8. Эмиссия электронных денег
9. История развития электронных денег
10. Анонимность электронных денег
11. Перспективы развития
12. Преимущества и недостатки электронных денег
13. Анализ результатов торговли
14. Объединение всех типов данных и различных видов анализа.

### РАЗДЕЛ 3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Балльно-рейтинговая система является базовой системой оценивания сформированности компетенций обучающихся очной формы обучения..

Итоговая оценка сформированности компетенции обучающихся в рамках балльно-рейтинговой системы осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и определяется как сумма баллов, полученных обучающимися в результате прохождения всех форм контроля.

Оценка сформированности компетенции по дисциплине складывается из двух составляющих:

✓ первая составляющая – оценка преподавателем сформированности компетенции в течение семестра в ходе текущего контроля успеваемости (максимум 100 баллов). Структура первой составляющей определяется технологической картой дисциплины, которая в начале семестра доводится до сведения обучающихся;

✓ вторая составляющая – оценка сформированности компетенции обучающихся на зачете (максимум – 20 баллов).

Для студентов заочной форм обучения применяются 4-балльная и бинарная шкалы оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

уровни освоения компетенций	продвинутый уровень	базовый уровень	пороговый уровень	допороговый уровень
<b>100 – балльная шкала</b>	85 и $\geq$	70 – 84	51 – 69	0 – 50
<b>Бинарная шкала</b>	Зачтено			Не зачтено

#### Шкала оценок при текущем контроле успеваемости по различным показателям

<i>Показатели оценивания сформированности компетенций</i>	<i>Баллы</i>	<i>Оценка</i>
Лабораторная работа	0-20	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Тестирование	0-30	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Решение кейс - задания	0-10	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо»

		«ОТЛИЧНО»
Деловая игра	0-10	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»

**Соответствие критериев оценивания уровню освоения компетенций по текущему контролю успеваемости**

<b>Баллы</b>	<b>Оценка</b>	<b>Уровень освоения компетенций</b>	<b>Критерии оценивания</b>
0-50	«неудовлетворительно»	Допороговый уровень	Обучающийся не приобрел знания, умения и не владеет компетенциями в объеме, закрепленном рабочей программой дисциплины
51-69	«удовлетворительно»	Пороговый уровень	Не менее 50% заданий, подлежащих текущему контролю успеваемости, выполнены без существенных ошибок
70-84	«хорошо»	Базовый уровень	Обучающимся выполнено не менее 75% заданий, подлежащих текущему контролю успеваемости, или при выполнении всех заданий допущены незначительные ошибки; обучающийся показал владение навыками систематизации материала и применения его при решении практических заданий; задания выполнены без ошибок
85-100	«отлично»	Продвинутый уровень	100% заданий, подлежащих текущему контролю успеваемости, выполнены самостоятельно и в требуемом объеме; обучающийся проявляет умение обобщать, систематизировать материал и применять его при решении практических заданий; задания выполнены с подробными пояснениями и аргументированными выводами

**Шкала оценок по промежуточной аттестации**

<b>Наименование формы промежуточной аттестации</b>	<b>Баллы</b>	<b>Оценка</b>
Зачет	0-20	«зачтено» «не зачтено»

**Соответствие критериев оценивания уровню освоения компетенций  
по промежуточной аттестации обучающихся**

<b>Баллы</b>	<b>Оценка</b>	<b>Уровень освоения компетенций</b>	<b>Критерии оценивания</b>
0-2	«неудовлетворительно»	Допороговый уровень	Обучающийся не приобрел знания, умения и не владеет компетенциями в объеме, закрепленном рабочей программой дисциплины; обучающийся не смог ответить на вопросы
3-10	«удовлетворительно»	Пороговый уровень	Обучающийся дал неполные ответы на вопросы, с недостаточной аргументацией, практические задания выполнены не полностью, компетенции, осваиваемые в процессе изучения дисциплины сформированы не в полном объеме.
11-17	«хорошо»	Базовый уровень	Обучающийся в целом приобрел знания и умения в рамках осваиваемых в процессе обучения по дисциплине компетенций; обучающийся ответил на все вопросы, точно дал определения и понятия, но затрудняется подтвердить теоретические положения практическими примерами; обучающийся показал хорошие знания по предмету, владение навыками систематизации материала и полностью выполнил практические задания
18-20	«отлично»	Продвинутый уровень	Обучающийся приобрел знания, умения и навыки в полном объеме, закрепленном рабочей программой дисциплины; терминологический аппарат использован правильно; ответы полные, обстоятельные, аргументированные, подтверждены конкретными примерами; обучающийся проявляет умение обобщать, систематизировать материал и выполняет практические задания с подробными пояснениями и аргументированными выводами

## **РАЗДЕЛ 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующие этапы формирования компетенций**

### **Проведение деловой / ролевой игры**

Деловая (ролевая) игра является разновидностью имитационного моделирования - игровое построение, представляющее собой профессиональную ситуацию, и связанную с ней исполнение обучающимися определенных ролей. Деловую (ролевую) игру можно рассматривать как способ интенсификации творческой мыслительной деятельности в условиях организации группового и коллективного взаимодействия по выработке последовательности решений в искусственно созданной ситуации.

Деловая (ролевая) игра создает условия для глубокого и полного усвоения учебного материала на основе системного применения знаний в решении профессиональных проблем, она позволяет синтезировать знания из различных дисциплин, создает условия для творческого мышления в процессе анализа производственных ситуаций и поиска способов их решения. Участие в деловой игре стимулирует развитие личностного потенциала обучающихся, их самореализацию и самоутверждение в творческих ситуациях игрового взаимодействия. Деловая (ролевая) игра формирует интерес и эмоционально-ценностное отношение к профессиональной и учебной деятельности.

Особенностью деловой (ролевая) игры является ее двуплановость: играющий выполняет деятельность, связанную с решением конкретных задач, с другой – данная деятельность носит условный характер, позволяющий быть достаточно свободным, раскованным, выступая в определенной роли, студент в полной мере проявляет свои способности и возможности. Задачей мастера п/о (преподавателя) - найти верное соотношение учебных и игровых действий, обеспечивающее общее и профессиональное развитие личности будущего специалиста. Правильное представление дидактической сущности, методически грамотное проектирование урока, построение его в соответствии с определенными принципами и правильным подбором темы урока дает прекрасный результат для оценки знаний, умений, навыков студентов.

1. Проведение игр рекомендуется в качестве проверочных работ одной п/темы, темы или целого раздела.
2. Игры должны быть интересными не только мастеру п/о, но и учащимся, актуальными на сегодняшний момент.
3. Мастер п/о может, по-своему усмотрению, разделить группу на команды, игровые роли, подгруппы.
4. Повторение теоретического курса даёт возможность лучшего усвоения материала.
5. Разработка заданий при проведении п/о может быть как на п/группу, команду, индивидуальное задание для учащегося.
6. В заданиях учитывается время, в течение которого оно будет выполнено; сложность работы, а так же степень усвоения технологического процесса.

Для практического применения деловых (ролевых) игр на уроках производственного (теоретического) обучения по целевой направленности данный урок разработан в виде ситуационной игры, направленной на анализ предложенных ситуаций, преодоления выявленных в них проблем, разрешение данных ситуаций и овладение студентами способами действий в данных ситуациях.

Данная игра является игрой с нестрогим соперничеством, основанной на конкуренции, соперничестве в разработке одной проблемы, которое делает игру острее и обеспечивает творческую активность студентов в выдвижении новых идей и подходов.

По степени участия студентов – игра с предварительной подготовкой, которая формирует умение анализировать и систематизировать исходный материал, включение студентов в исследовательскую деятельность на этапе подготовки к игре.

По способу создания и разрешения проблемных ситуаций данная игра относится к игре с заданной проблемной ситуацией, которая может быть разрешена на стадии группового обсуждения и совместного принятия решения. Наметив пути решения, определив ролевое поведение участников, студенты разыгрывают ситуацию, иллюстрируя принятое решение.

По дидактическим целям данная игра относится – обеспечение систематизации и обобщения изученного учебного материала на основе его применения к конкретной ситуации.

Роль преподавателя (мастера п/о) является проектирование и разработка , а также подведение итогов и анализ результата игры. При этом важно, чтобы первичный анализ результатов игры и рефлексия своих действий в ходе ее выполняли сами обучающиеся. В ходе игры преподаватель (мастер п/о) занимает позицию игро-техника.

Критерии оценок

1. При оценке проведения ролевой (деловой) игры мастер п/о учитывает работу учащихся в команде:

- умение поддерживать и выручать друг друга в сложных ситуациях (которую задает мастер п\о),

- умение своевременно и грамотно ответить на поставленный вопрос

- умение работать командой с дидактическим материалом, инструкционными картами, плакатами, учебниками.

2. Оценивается работа каждого учащегося, для этого каждый участник команды получает свою роль. Это способствует отслеживанию знаний каждого учащегося и команды в целом.

3. Каждый участник команды, т.е. каждый учащийся получает после окончания игры- урока оценку; это стимулирует и вызывает дополнительный интерес учащихся.



## Методика оценивания проведения деловой / ролевой игры

<b>Баллы</b>	<b>Оценка</b>	<b>Показатели</b>	<b>Критерии</b>
8-10	«отлично»	1. Теоретический уровень знаний 2. Количество и качество выдвигаемых идей 3. Аргументация выдвигаемых идей 4. Умение слушать оппонентов и вести дискуссию 5. Способность отстаивать собственную точку зрения 6. Качество ответов на вопросы 7. Умение работать	Знание и понимание вопроса, последовательное, безошибочное изложение материала. Даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально решены практические задачи; при ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов; ответы были четкими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности; показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии
6-7	«хорошо»	в команде 8. Ораторское мастерство 9. Подкрепление материалов фактическими данными (статистические данные или др.). 10. Степень участия в общей дискуссии И т.д.	Знание и понимание вопроса, связное и безошибочное изложение материала. Даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, правильно решены практические задания; при ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно увязывались с требованиями руководящих документов, при решении практических задач не всегда использовались рациональные методики расчётов; ответы в основном были краткими, но не всегда четкими
3-5	«удовлетворительно»		Знание и понимание только основного материала. Упрощенное изложение материала с незначительными ошибками, преодолеваемыми с помощью мастера п/о. Даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, при решении практических задач студент использовал прежний опыт и не применял новые методики выполнения расчётов и экспресс

		оценки показателей эффективности управления организацией, однако, на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы
0-2	«неудовлетворительно»	Слабое понимание материала, изложение его с грубыми ошибками. Затрудняется при выполнении практических задач, в выполнении своей роли, работа проводится с опорой на преподавателя или других студентов

**Лабораторная работа** — это форма организации учебного процесса, когда обучающиеся по заданию и под руководством преподавателя самостоятельно разрабатывают приложения, осуществляют настройку подсистемы безопасности, проводят измерения, элементарные исследования на основе специально разработанных заданий. Лабораторная работа как вид учебного занятия должна проводиться в специально оборудованных учебных лабораториях. Продолжительность - не менее двух академических часов. Необходимыми структурными элементами лабораторной работы, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются инструктаж, проводимый преподавателем, а также организация обсуждения итогов выполнения лабораторной работы.

Содержание лабораторного занятия определяется перечнем формируемых компетенций по конкретной учебной дисциплине, а также характеристикой профессиональной деятельности выпускников, требованиями к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы.

Защита лабораторной работы позволяет оценить умение и владение обучающегося излагать суть поставленной задачи, применять стандартные методы решения задачи с использованием имеющейся лабораторной базы, проводить анализ результата работы.

#### **Методика оценивания выполнения лабораторных работ**

<b>Баллы</b>	<b>Оценка</b>	<b>Показатели</b>	<b>Критерии</b>
17-20	«отлично»	1. Полнота выполнения лабораторной работы; 2. Своевременность выполнения задания;	Выполнены все задания лабораторной работы, студент четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы

13-16	«хорошо»	3. Последовательность и рациональность выполнения задания;	Выполнены все задания лабораторной работы; студент ответил на все контрольные вопросы с замечаниями
9-12	«удовлетворительно»	4. Самостоятельность решения; и т.д.	
0-8	«неудовлетворительно»		

**Тестирование** проводится на семинарских занятиях. Самостоятельное выполнение обучающимся учебной группы в течение 30 минут индивидуального тестового задания.

Цель блока - формирование инструментальной компетенции использовать знания базового аппарата дисциплины для решения конкретных задач, самостоятельного приобретения знаний данной дисциплины в условиях повышения личностной мотивации выполнения работы.

Образовательными задачами блока являются:

- глубокое изучение лекционного материала, изучение методов работы с учебной литературой, получение персональных консультаций у преподавателя;
- решение спектра прикладных задач, в том числе профессиональных;
- работа с организационно - управленческими документами

#### **Методика оценивания выполнения тестов**

<b>Баллы</b>	<b>Оценка</b>	<b>Показатели</b>	<b>Критерии</b>
25-30	«отлично»	1. Полнота выполнения тестовых заданий;	Выполнено 90-100 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос
19-24	«хорошо»	2. Своевременность выполнения;	
6-18	«удовлетворительно»	3. Правильность ответов на вопросы;	Выполнено 80-89 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др.
		4. Самостоятельность тестирова-	Выполнено 51-79 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан неполный ответ на поставленный вопрос, в ответе не присутствуют

		ния; 5. и т.д.	доказательные примеры, текст со стилистическими и орфографическими ошибками.
0-5	«неудовлетворительно»		Выполнено 0-50% заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (терминах, понятиях)

**Метод кейсов** способствует развитию у обучающихся самостоятельного мышления, умения выслушивать и учитывать альтернативную точку зрения, аргументировано высказать свою. С помощью этого метода студенты имеют возможность проявить и усовершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, находить наиболее рациональное решение поставленной проблемы.

Метод case-study или метод конкретных ситуаций представляет собой метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач, ситуаций (выполнения кейс-заданий) Ознакомление студентов с текстом кейса и последующий анализ кейса может осуществляться заранее (за несколько дней до его обсуждения) как самостоятельная работа студентов. Обсуждение небольших кейсов может быть включено в учебный процесс, и студенты могут знакомиться с ними непосредственно на занятиях.

Общая схема работы с кейсом на этапе анализа может быть представлена следующим образом: в первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи. Максимальная польза из работы над кейсами будет извлечена в том случае, если студенты при предварительном знакомстве с ним.

На решение кейс-заданий отводится 45 минут. Студент может получить максимально 20 баллов. Кейс-задание выполнено полностью, в рамках регламента, установленного на публичную презентацию, студент приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения– 20 баллов. Кейс-задание выполнено полностью, но в рамках установленного на выступление регламента, студент не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены– 10 баллов.

Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но в рамках установленного на выступление регламента, студент расплывчато раскрывает решение, не может

четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения, Излагает материал непоследовательно и неполно и допускает ошибки – 9 баллов. Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или отчете-презентации, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе– 3 баллов.

### Методика оценивания выполнения кейс-задач

<b>Баллы</b>	<b>Оценка</b>	<b>Показатели</b>	<b>Критерии</b>
8-10	«отлично»	1. Полнота решения кейс-задач; 2. Своевременность выполнения; 3. Правильность ответов на вопросы; и т.д.	Основные требования к решению кейс-задач выполнены. Продемонстрированы умение анализировать ситуацию и находить оптимальное количества решений, умение работать с информацией, в том числе умение затребовать дополнительную информацию, необходимую для уточнения ситуации, навыки четкого и точного изложения собственной точки зрения в устной и письменной форме, убедительного отстаивания своей точки зрения;
6-7	«хорошо»		Основные требования к решению кейс-задач выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, недостаточно раскрыты навыки критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки, креативности, нестандартности предлагаемых решений
3-5	«удовлетворительно»		Имеются существенные отступления от решения кейс-задач. В частности отсутствуют навыки умения моделировать решения в соответствии с заданием, представлять различные подходы к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат
0-2	«неудовлетворительно»		Задача кейса не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы

**Зачет**, как правило, служат формой проверки успешного усвоения учебного материала лекционных курсов, практических и семинарских занятий, выполнения студентами лабораторных работ.

По результатам зачета слушателю выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено». Формы проведения зачетов (устный опрос по билетам, письменная работа, тестирование и др.) описываются в рабочей программе и доводятся до сведения слушателей в начале обучения.

Обучающемуся даётся время на подготовку - время подготовки ответа в устной форме при сдаче зачета должно составлять не менее 20 минут. Время ответа - не более 10 минут. Преподавателю предоставляется право задавать обучающимся дополнительные вопросы в рамках программы.

Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий

Качественная оценка «зачтено», внесенная и зачетную ведомость, является результатом успешного усвоения учебного материала. Если слушатель не явился на зачет или отказался от прохождения аттестации в связи с неподготовленностью, то в зачетную ведомость ему выставляется оценка «не зачтено».

#### Методика оценивания ответа на зачете

<b>Баллы</b>	<b>Оценка</b>	<b>Показатели</b>	<b>Критерии</b>
3-20	Зачтено»	1. Полнота изложения теоретического материала; 2. Полнота и правильность решения практического задания; 3. Правильность и/или аргументированность изложения (последовательность действий); 4. Самостоятельность ответа т.д.	Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся продемонстрировал знание дисциплины в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок. Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями. Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины.

			ны, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.
0-2	Не зачтено		Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

**Лист актуализации оценочных материалов по дисциплине  
«Сетевая экономика»**

Оценочные материалы пересмотрены,  
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от « 22 » мая 2018 г. № 10  
Зав. кафедрой В. Ганзев В.С.

Оценочные материалы пересмотрены,  
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от « 20 » мая 2019 г. № 10  
Зав. кафедрой В. Ганзев В.С.

Оценочные материалы пересмотрены,  
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от « 30 » июня 2020 г. № 12  
Зав. кафедрой В. Ганзев В.С.

Оценочные материалы пересмотрены,  
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от «    » \_\_\_\_\_ 20   г. №     
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

---