

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского  
федерального университета

Дата подписания: 23.05.2024 11:22:18

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ**

**по дисциплине «ЦИФРОВЫЕ ОСНОВЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА»  
для студентов направления подготовки  
38.04.02 - «Менеджмент»  
направленность (профиль) «Бизнес-администрирование»**

**Пятигорск  
2024**

## Содержание

Введение

Практическое занятие № 1,2 Основы функционирования глобальной сети Internet, как среды для экономической деятельности и основа электронного бизнеса.

Практическое занятие № 3,4. Электронная коммерция и её место в современной экономике

Практическое занятие № 5,6,7,8. Основные способы ведения сетевого бизнеса. Сектора электронной коммерции.

Практическое занятие № 9,10. Интернет - маркетинг

Практическое занятие № 11,12. Платежные системы в Интернет.

Практическое занятие № 13,14. Модели электронного бизнеса.

Практическое занятие № 15,16. Организация Web- сайта для ведения собственного электронного бизнеса.

Практическое занятие № 17,18. Комплекс электронного рынка.

## **Введение**

Целью освоения дисциплины «Цифровые основы ведения бизнеса» является формирование универсальных и профессиональных (УК-1, ПК-1, ПК-3) компетенций состоит в том, чтобы ознакомить студентов основных теоретических и практических основ применения современных информационно-коммуникационных технологий при подготовке и принятии управленческих бизнес решений в условиях цифровизации общества.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с основными интернет среды с позиции осуществления экономической деятельности и ведения электронного бизнеса;
- выделить роль и место электронной коммерции в современной экономике;
- изучить модели электронного бизнеса на рынке;
- ознакомить с основными тенденциями в цифровом бизнесе

## **Практическое занятие № 1,2 Основы функционирования глобальной сети Internet, как среды для экономической деятельности и основа электронного бизнеса.**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Задачи:** ознакомление научной терминологией дисциплины.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции или их части:** в процессе изучения данной темы студенты должны знать: историю возникновения Всемирной паутины.

**В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:** УК-1.И-1. УК-1.И-2. УК-1.И-3. ПК-1.И-1. ПК-1.И-2. ПК-3.И-1. ПК-3.И-2. ПК-3.И-3

**Актуальность** изучения данной темы определяется объективностью существования экономических отношений и, что особенно важно, в связи с развитием цифрового ведения бизнес деятельности.

### **Теоретическая часть**

Интернет “для широких масс”, доступный каждому, появился в 1995 г., сразу завоевав бешеную популярность среди представителей коммерческих структур, не говоря уже о компьютерных и научных организациях, для которых Интернет появился гораздо раньше.

Постепенно из модной игрушки Интернет превращается в один из инструментов ведения бизнеса. Как предмет интересов бизнеса Интернет представляет собой новую уникальную среду, которую самая обычная фирма, предлагающая самые обычные товары и услуги, может использовать в качестве канала распределения, а также для получения маркетинговой информации (проведения маркетинговых исследований). Таким образом, сам по себе Интернет не приносит никаких доходов предпринимателю, однако фирма, использующая Сеть в коммерческих целях, получает определенные преимущества и дополнительные возможности по сравнению с фирмой, избегающей участия в интернет-коммерции. Такие выгоды и преимущества, основным из которых является сокращение издержек фирмы, возможны благодаря специфике новой деловой среды.

### **Вопросы для обсуждения**

1. История возникновения Всемирной паутины.
2. Интернет, как инструмент ведения бизнеса.

**Литература: 1,2,3,4,5,6**

## **Практическое занятие № 3,4. Электронная коммерция и её место в современной экономике.**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Задачи:** ознакомление научной терминологией дисциплины.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции или их части:** в процессе изучения данной темы студенты должны знать: Сущность и основные понятия электронной коммерции. Студент должен уметь: разбираться в инструментах ведения бизнеса.

**В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:** УК-1.И-1. УК-1.И-2. УК-1.И-3. ПК-1.И-1. ПК-1.И-2. ПК-3.И-1. ПК-3.И-2. ПК-3.И-3

**Актуальность** изучения данной темы определяется объективностью существования экономических отношений и, что особенно важно, в связи с развитием цифрового ведения бизнес деятельности.

#### **Теоретическая часть**

Появление новой электронной экономики явилось следствием прорыва в области телекоммуникаций и систем обработки данных. Теперь, как частные лица, так и компании во всем мире связаны друг с другом по электронным каналам и это приводит к изменению принципов ведения бизнеса, к изменению основных характеристик делового бизнеса.

Электронный бизнес -форма ведения бизнеса, при которой значительная его часть выполняется с применением информационных технологий (локальные и глобальные сети, специализированное программное обеспечение и т.д.). Электронный бизнес включает: продажи, маркетинг, финансовый анализ, платежи, поиск сотрудников, поддержку пользователей и поддержку партнерских отношений.

Электронная коммерция- форма коммерции, при которой два и более звена коммерческого цикла выполняется с применением информационных технологий.

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Сущность электронной коммерции.
2. Основные понятия электронной коммерции.

#### **Литература: 1,2,3,4,5,6**

#### **Практическое занятие № 5,6,7,8. Основные способы ведения сетевого бизнеса. Сектора электронной коммерции.**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Задачи:** ознакомление научной терминологией дисциплины.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции или их части:** в процессе изучения данной темы студенты должны знать: Характеристику сектора Бизнес-Бизнес. Проблемы электронной коммерции по типу Бизнес-Бизнес. Студент должен уметь: - разбираться в Преимуществах онлайн-взаимодействий для продвижения товара на рынок.

**В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:** УК-1.И-1. УК-1.И-2. УК-1.И-3. ПК-1.И-1. ПК-1.И-2. ПК-3.И-1. ПК-3.И-2. ПК-3.И-3

**Актуальность** изучения данной темы определяется объективностью существования экономических отношений и, что особенно важно, в связи с развитием цифрового ведения бизнес деятельности.

#### **Теоретическая часть**

Исторически первым и наиболее крупным является сектор business to business (B2B). Ранее именно он и назывался электронной коммерцией. По оценкам экспертов доля этого сектора в общем объеме ЭК составляет более 85 %. Этот сектор представляет собой взаимодействие бизнесорганизации: производитель, продающий свой товар через поставщиков или дистрибьюторов, которые в свою очередь работают через дилеров.

Достаточно распространенным и быстро развивающимся является сектор business to consumer (B2C). Его также называют розничным сектором ЭК или электронной торговлей. Сектор B2C образуется, когда конечный покупатель-клиент покупает что-либо для себя по электронным каналам. Торговые компании, работающие в этом секторе рынка, предлагают на продажу товаров от разных поставщиков для населения. Спектр услуг B2C включает в себя многие направления деятельности

C2C (от англ. customer to customer) — сектор рынка электронной коммерции, в котором в качестве субъектов коммерции выступают физические лица.

Появление некоторых структур C2C инициируется B2C-компаниями для формирования сети расширенного сбыта продукции — это объединения, сообщества потребителей, на которые возлагаются функции формирования цепочек расширенного сбыта. Примеры систем электронной коммерции сектора C2C — интернет – аукционы. Интернет-аукцион — торговая площадка в сети Интернет, на которой цены устанавливаются во время публичных, открытых торгов на основании спроса и предложения. Некоторые интернет-аукционы могут предусматривать регистрацию (в том числе с денежным залогом)

Развитие Интернета привело к появлению новых информационнокоммуникационных систем — peer-to-peer. P2P (от англ. peer-to-peer — пользователь—пользователю) — технология построения распределенной сети, где каждый узел может одновременно выступать как в роли клиента (получателя информации), так и в роли сервера (поставщика информации). P2P-системы делятся на две категории — централизованные и децентрализованные. В централизованных системах вся информация хранится на сервере системы, в децентрализованных — на компьютерах пользователей. При децентрализованном варианте система получает запрос о необходимой информации, анализирует, на каком узле сети есть эта информация, и если этот узел в данный момент находится в онлайн-состоянии, обращается с запросом на получение информации к нему, иначе — ставит запрос в очередь.

#### **Вопросы для обсуждения**

1. Характеристика сектора Бизнес-Бизнес (B2B).
2. Характеристика сектора Бизнес – Потребитель (B2C).
3. Сектор C2C.
4. Использование систем класса peer-to-peer (P2P).
5. Взаимодействие бизнеса и граждан с государством (B2A, B2G, C2A, C2G).

#### **Литература: 1,2,3,4,5,6**

#### **Практическое занятие № 9,10. Интернет - маркетинг.**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Задачи:** ознакомление научной терминологией дисциплины.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции или их части:** в процессе изучения данной темы студенты должны знать: Характеристику маркетинга в Интернете. Студент должен уметь: - разбираться в Преимуществах онлайн-взаимодействий для продвижения товара на рынок.

**В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:** УК-1.И-1. УК-1.И-2. УК-1.И-3. ПК-1.И-1. ПК-1.И-2. ПК-3.И-1. ПК-3.И-2. ПК-3.И-3

**Актуальность** изучения данной темы определяется объективностью существования экономических отношений и, что особенно важно, в связи с развитием цифрового ведения бизнес деятельности.

#### **Теоретическая часть**

Под маркетингом обычно подразумевается “изучение рынка (размеров, демографических характеристик, потребностей) для размещения продукта, определения цены, вероятных покупателей и выработки способов общения с последними”. Поэтому человек, занимающийся маркетингом в Интернете, обычно сталкивается со следующими

проблемами: неизвестными размерами рынка, пассивностью покупателей и незнанием потребителей.

Процесс управления маркетингом на электронном рынке отражает совокупность операций и процедур, выполняемых работниками маркетинговых служб компаний в определенной последовательности.

По сравнению с обычными средствами массовой информации – газетами, телевидением и радио, – которые, по сути, предназначены для передачи коммерческих сообщений, Интернет довольно пассивен в смысле проведения маркетингового комплекса. Предприятию розничной торговли приходится делать вывеску и ждать посетителей. В межфирменном же секторе торговля идет значительно активнее – через участие в электронных торговых площадках электронных биржах, о которых речь пойдет в параграфе втором настоящей главы.

Напрашивается вывод о том, что сеть Интернет не только сложна с точки зрения применения маркетинга, но и не способствует, а более того, “противится всяческому коммерческому предложениям товаров и услуг”. Но на самом деле это не так, просто маркетологи должны быть готовы переосмыслить понятие маркетинга применительно к новым условиям.

### **Вопросы для обсуждения**

1. Понятие маркетинга в Интернете.
2. Специфика сетевого бизнеса.
3. Участники сетевого маркетингового процесса в Интернет.
4. Электронный маркетинг и его комплекс.

### **Литература: 1,2,3,4,5,6**

### **Практическое занятие № 11,12. Платежные системы в Интернет.**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Задачи:** ознакомление научной терминологией дисциплины.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции или их части:** в процессе изучения данной темы студенты должны знать: классификацию систем электронных денег. Студент должен уметь: разбираться в моделях категорий и понятий электронного бизнеса

**В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:** УК-1.И-1. УК-1.И-2. УК-1.И-3. ПК-1.И-1. ПК-1.И-2. ПК-3.И-1. ПК-3.И-2. ПК-3.И-3

**Актуальность** изучения данной темы определяется объективностью существования экономических отношений и, что особенно важно, в связи с развитием цифрового ведения бизнес деятельности.

### **Теоретическая часть**

Если безусловными преимуществами ведения сетевого бизнеса являются скорость обмена полезной информацией, возможность продавцов и покупателей (и вообще заинтересованных сторон) быстро найти друг друга, сэкономить на издержках сделок и на оплате услуг посредников, то к недостаткам, сдерживающим развитие электронной коммерции, можно отнести неудобство и слабую защищенность платежей и расчетов в сети.

Эти негативные моменты отражаются, прежде всего, на рядовом потребителе, существенно сокращая аудиторию покупателей интернет-магазинов.

Как показывает практика, способы расчетов, применяемые для оплаты российскими юридическими лицами приобретенных в Интернет товаров, можно разделить на следующие группы: 1) расчеты вне электронной сети; 2) расчеты в рамках электронной сети.

К первой категории относится, прежде всего, оплата на основании выставленного счета (банковский перевод). Такого рода расчеты, как правило, производятся следующим образом. Одновременно с размещением корпоративным покупателем заказа в виртуальном магазине его просят указать свое полное название, номер расчетного счета, адрес, контактные телефоны. Затем покупателю направляется счет, по которому он в обычном порядке производит оплату. После поступления денег на счет продавца покупателю либо доставляется товар (если им была заказана и оплачено его доставка), либо он самостоятельно забирает товар со склада продавца. В ряде интернет-магазинов при совершении покупки покупателю присваивается личный (идентификационный) код и при совершении повторных покупок ему уже не нужно вновь предоставлять подробную информацию о себе – достаточно только указать свой код.

#### **Вопросы для собеседования:**

1. Способы оплаты в Интернете.
2. Классификация систем электронных денег.
3. Классификация платежей и платежных систем.

#### **Литература: 1,2,3,4,5,6**

#### **Практическое занятие № 13,14. Модели электронного бизнеса.**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Задачи:** ознакомление научной терминологией дисциплины.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции или их части:** в процессе изучения данной темы студенты должны знать: классификацию систем электронных денег. Студент должен уметь: разбираться в моделях категорий и понятий электронного бизнеса

**В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:** УК-1.И-1. УК-1.И-2. УК-1.И-3. ПК-1.И-1. ПК-1.И-2. ПК-3.И-1. ПК-3.И-2. ПК-3.И-3

**Актуальность** изучения данной темы определяется объективностью существования экономических отношений и, что особенно важно, в связи с развитием цифрового ведения бизнес деятельности.

#### **Теоретическая часть**

В самом общем виде реализуемые в настоящее время бизнес-модели можно разделить на следующие: 1) вертикальные; 2) горизонтальные; 3) смешанные; 4) инфраструктурные (включая программное обеспечение для B2B); 5) рекламные и маркетинговые; 6) прочие (продажа товаров корпоративным пользователям, услуги по подбору персонала, почтовые услуги, прочие направления).

Анализируя особенности глобальной сетевой экономики и изучая опыт предприятий и фирм в области электронного бизнеса, можно построить модель, отражающую степень подчинения и взаимодействия новых понятий и категорий и сформулировать определения, более адекватные сегодняшним реалиям.

В основу модели положены бизнес-процессы, присущие той или иной форме деловой активности: бизнесу, коммерции, торговле, маркетингу.

Электронный бизнес имеет четыре основных этапа использования маркетинг, производство, продажи и платежи, а степень использования информационных и

коммуникационных технологий и систем служит мерой, по которой бизнес (коммерция, торговля) может считаться электронным.

**Вопросы для собеседования:**

1. Классификация моделей.
2. Модель категорий и понятий электронного бизнеса.
3. Три основные модели рынка.

**Литература: 1,2,3,4,5,6**

**Практическое занятие № 15,16. Организация Web- сайта для ведения собственного электронного бизнеса.**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Задачи:** ознакомление научной терминологией дисциплины.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции или их части:** в процессе изучения данной темы студенты должны знать: классификацию Web- сайтов. Студент должен уметь: разбираться в принципах построения Web- сайтов для решения задач маркетинга.

**В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:** УК-1.И-1. УК-1.И-2. УК-1.И-3. ПК-1.И-1. ПК-1.И-2. ПК-3.И-1. ПК-3.И-2. ПК-3.И-3

**Актуальность** изучения данной темы определяется объективностью существования экономических отношений и, что особенно важно, в связи с развитием цифрового ведения бизнес деятельности.

**Теоретическая часть**

Важным элементом в структуре электронного бизнеса являются Web-сайты. Выбор структуры сайта в каждом конкретном Интернет-проекте зависит от ряда различных критериев: стратегии компании, цели реализации, модели бизнеса, финансовых возможностей и т.д. Существенным является и уровень развития технологий, обеспечивающих разработку и поддержку Web-сайтов. Это направление в настоящее время развивается особенно активно.

С точки зрения маркетинга Web-сайт — это набор информационных блоков и инструментов для взаимодействия с одним или несколькими сегментами рынка. Какая информация будет представлена на сайте, какие инструменты будут задействованы и как они будут взаимодействовать — зависит от целей создания сайта, от краткосрочных и долгосрочных задач, а также от типа сегментов целевой аудитории и наличия возможности взаимодействовать с ней тем или иным образом. Грамотно подготовленный Web-сайт в состоянии решать вопросы привлечения клиентов/и увеличения продаж, создания имиджа и изучения потребительского спроса и т.д. Однако даже незначительные промахи при реализации сайта могут нанести существенный ущерб деятельности фирмы.

Информация, представленная на Web-страницах, должна соответствовать в первую очередь целям создания Web-сайта и особенностям целевого сегмента потребителей. В условиях жесткой конкуренции в сети Интернет информацию должны отличать высокое качество и уникальность, объективность и достоверность. Для поддержания интереса к Web-сайту его необходимо постоянно обновлять и модернизировать, т.е. информация должна быть оперативной и актуальной.

**Вопросы для собеседования:**

1. Классификация Web- сайтов .
2. Принципы построения Web- сайтов для решения задач маркетинга.
3. Разработка дизайна Web страниц.

**Литература: 1,2,3,4,5,6**

### **Практическое занятие № 17,18. Комплекс электронного рынка.**

**Цель** данной темы - углубление, закрепление и систематизация теоретических знаний, полученных на лекции и во время самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

**Задачи:** ознакомление научной терминологией дисциплины.

**Знания и умения, приобретаемые студентом в результате освоения темы практического занятия, формируемые компетенции или их части:** в процессе изучения данной темы студенты должны знать: классификацию Web- сайтов. Студент должен уметь: разбираться в принципах построения Web- сайтов для решения задач маркетинга.

**В процессе изучения данной темы формируются следующие компетенции:** УК-1.И-1. УК-1.И-2. УК-1.И-3. ПК-1.И-1. ПК-1.И-2. ПК-3.И-1. ПК-3.И-2. ПК-3.И-3

**Актуальность** изучения данной темы определяется объективностью существования экономических отношений и, что особенно важно, в связи с развитием цифрового ведения бизнес деятельности.

### **Теоретическая часть**

Интернет, как рынок, имеет свой специфический товар, который называется электронным, цифровым или информационным. К электронным товарам в первую очередь относят информацию, которую можно передавать в цифровом формате через сеть Интернет и сопряженные с ней информационные сети. Однако физические продукты также могут существовать в цифровом формате, таким образом превращаясь в электронные продукты.

Продажа на электронном рынке услуг кажется гораздо более сложным делом, чем продажа товаров. Ведь услуги обладают специфическими характеристиками, ограничивающими возможности их предложения. Это неосвязаемость (невозможность посмотреть или проверить услугу до ее потребления), несохраняемость (невозможность произвести услуги впрок или про запас), неотделимость от источника (услугу можно получить только в контакте с ее производителем) и непостоянство качества (услуги того же производителя могут отличаться по качеству). Однако информационные технологии позволяют преодолевать негативные последствия четырех основных характеристик услуг.

Роль Интернета как ресурса для развития канала распределения должна определяться стратегией компании или организации. Компания должна для себя решить, как может Интернет изменить значение канала по сравнению с другими элементами комплекса маркетинга и увеличить конкурентоспособность компании.

Развитие локальных и глобальных информационных сетей позволяет поставщикам, производителям и дистрибьюторам устанавливать прямые связи. Посредники, обеспокоенные перспективой дезинтермедиации, стремятся сохранить свое положение в цепи создания потребительской ценности. Процесс реструктуризации каналов распределения затронул такие разные отрасли, как продажа автомобилей и распространение музыкальных записей, бакалейная торговля и продажа недвижимости.

Структура прямого канала предполагает продажу товара производителем непосредственно потребителю, минуя всяких посредников.

Косвенный канал всегда подразумевает использование посредников.

Обычно в косвенных каналах наблюдается сочетание использования Интернета с традиционными каналами.

Смешанным канал называется тогда, когда в нем объединены усилия нескольких производителей и их посредников, предоставляющих свои товары и услуги потребителю в едином пакете. Смешанный канал всегда является косвенным. Такими каналами пользуются производители информационных продуктов и услуг.

#### **Вопросы для собеседования:**

1. Электронный формат товаров и услуг в Интернете.
2. Услуги на электронном рынке.
3. Ценообразование в сети Интернет.
4. Интернет как канал распределения.

#### **РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э.А. Арустамов. - 4-изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 230 с. : ил. - <http://biblioclub.ru/>. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03169-4, экземпляров неограничено.
2. Зимовец, А. В. Основы организации собственного бизнеса : учебное пособие / А. В. Зимовец, Т. А. Щербакова, А. В. Ханина. - Основы организации собственного бизнеса, 2031-05-27. - Электрон. дан. (1 файл). - Таганрог : Таганрогский институт управления и экономики, 2019. - 112 с. - электронный. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 2227-8397, экземпляров неограничено
3. Рындина, С. В. Цифровая трансформация бизнеса: использование аналитики на основе больших данных Электронный ресурс / Рындина С. В. : учебное пособие. - Пенза : ПГУ, 2019. - 182 с. - ISBN 978-5-907262-04-1, экземпляров неограничено
4. Шевелева, С. А. Основы экономики и бизнеса Электронный ресурс : Учебное пособие для учащихся средних профессиональных учебных заведений / С. А. Шевелева, В. Е. Стогов. - Основы экономики и бизнеса, 2022-03-26. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 496 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-238-00866-0, экземпляров неограничено
5. электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru);
6. электронная библиотечная система ЭБС «IPRbooks» - [www.iprbookshop.ru](http://www.iprbookshop.ru);

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ  
ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине «ЦИФРОВЫЕ ОСНОВЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА»  
для студентов направления подготовки  
38.04.02 - «Менеджмент»  
направленность (профиль) «Бизнес-администрирование»

**Пятигорск 2024**

## **Содержание**

1. Предисловие
2. План-график выполнения СРС по дисциплине
3. Методические указания к написанию письменной работы
4. Рекомендуемая литература

## Предисловие

Целью освоения дисциплины «Цифровые основы ведения бизнеса» является формирование универсальных и профессиональных (УК-1, ПК-1, ПК-3) компетенций состоит в том, чтобы ознакомить студентов основных теоретических и практических основ применения современных информационно-коммуникационных технологий при подготовке и принятии управленческих бизнес решений в условиях цифровизации общества.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с основными интернет среды с позиции осуществления экономической деятельности и ведения электронного бизнеса;
- выделить роль и место электронной коммерции в современной экономике;
- изучить модели электронного бизнеса на рынке;
- ознакомить с основными тенденциями в цифровом бизнесе

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

| № п/п | Содержание компетенции                                                                                                     | Шифр   |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
|       | Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий | УК-1.  |
|       | Способен проектировать и разрабатывать программу внедрения системы процессного управления организации                      | ПК – 1 |
|       | Способен осуществлять стратегическое управление рисками организации                                                        | ПК – 3 |

### Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения. В связи с этим, обучение в ВУЗе включает в себя две, практически одинаковые по объему и взаимовлиянию части – процесса обучения и процесса самообучения. Поэтому СРС должна стать эффективной и целенаправленной работой студента.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных способностей и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной финансовой ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения через участие студентов в практических занятиях, выполнение контрольных заданий и тестов, написание курсовых и выпускных квалификационных работ. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Ведущая цель организации и осуществления СРС должна совпадать с целью обучения студента – подготовкой специалиста и бакалавра с высшим образованием. При организации СРС важным и необходимым условием становятся формирование умения самостоятельной работы для приобретения знаний, навыков и возможности организации учебной и научной деятельности.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Экономическая безопасность региона» предусматривает следующие виды: самостоятельное изучение литературы, выполнение контрольной работы.

**Цели самостоятельной работы:**

- овладение новыми знаниями, а также методами их получения;
- развитие умения приобретения научных знаний путем личного поиска и переработки информации;
- сбор и систематизация знаний по конкретной теме или проблеме

**Задачи самостоятельной работы:**

- формирование умений использовать справочную документацию и специальную литературу; развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности.
- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов; углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации
- развитие исследовательских умений;

**2. План-график выполнения СРС по дисциплине**

| Коды реализуемых компетенций, индикаторов                                                            | Вид деятельности студентов                       | Средства и технологии оценки | Объем часов, в том числе |                                    |       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------------|--------------------------|------------------------------------|-------|
|                                                                                                      |                                                  |                              | СРС                      | Контактная работа с преподавателем | Всего |
| 2 семестр                                                                                            |                                                  |                              |                          |                                    |       |
| УК-1.И-1.<br>УК-1.И-2.<br>УК-1.И-3.<br>ПК-1.И-1.<br>ПК-1.И-2.<br>ПК-3.И-1.<br>ПК-3.И-2.<br>ПК-3.И-3. | Самостоятельное изучение литературы по 1-8 темам | Опрос, собеседование         | 39,6                     | 4,4                                | 44    |
|                                                                                                      | Выполнение реферата                              | Текст реферата               | 9                        | 1                                  | 10    |
| Итого за 2 семестр                                                                                   |                                                  |                              | 48,6                     | 5,4                                | 54    |
| Итого                                                                                                |                                                  |                              | 48,6                     | 5,4                                | 54    |

**Работа с литературой**

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

| № п/п | Темы для самостоятельного изучения                                                                                       | Рекомендуемые источники информации (№ источника) |                |              |                  |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|----------------|--------------|------------------|
|       |                                                                                                                          | Основная                                         | Дополнительная | Методическая | Интернет-ресурсы |
| 1     | Основы функционирования глобальной сети Internet, как среды для экономической деятельности и основа электронного бизнеса | 1,2                                              | 1,2            | 1            | 1,2,3,4          |
| 2     | Электронная коммерция и её место в современной экономике                                                                 | 1,2                                              | 1,2            | 1            | 1,2,3,4          |
| 3     | Основные способы ведения сетевого бизнеса. Сектора электронной коммерции                                                 | 1,2                                              | 1,2            | 1            | 1,2,3,4          |

|   |                                                                      |     |     |   |         |
|---|----------------------------------------------------------------------|-----|-----|---|---------|
| 4 | Интернет - маркетинг                                                 | 1,2 | 1,2 | 1 | 1,2,3,4 |
| 5 | Платежные системы в Интернет                                         | 1,2 | 1,2 | 1 | 1,2,3,4 |
| 6 | Модели электронного бизнеса                                          | 1,2 | 1,2 | 1 | 1,2,3,4 |
| 7 | Организация Web- сайта для ведения собственного электронного бизнеса | 1,2 | 1,2 | 1 | 1,2,3,4 |
| 8 | Комплекс электронного рынка                                          | 1,2 | 1,2 | 1 | 1,2,3,4 |

## 2. Описание шкалы оценивания

Рейтинговая оценка знаний студента не предусмотрена

### Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в форме **зачета**.

Процедура зачета как отдельное контрольное мероприятие не проводится, оценивание знаний обучающегося происходит по результатам текущего контроля.

Зачет выставляется по результатам работы в семестре, при сдаче всех заданий, предусмотренных текущим контролем успеваемости.

*Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. Оценка «зачтено» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; он исчерпывающе, последовательно, четко и логично излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на достаточно высоком уровне; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий. Компетенции УК-1.И-1. УК-1.И-2. УК-1.И-3. ПК-1.И-1. ПК-1.И-2. ПК-3.И-1. ПК-3.И-2. ПК-3.И-3 освоена на высоком уровне.*

*Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он не способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. Зачет не выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, компетенции УК-1.И-1. УК-1.И-2. УК-1.И-3. ПК-1.И-1. ПК-1.И-2. ПК-3.И-1. ПК-3.И-2. ПК-3.И-3 не сформированы, большинство предусмотренных программой учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.*

## 3. Методические указания к написанию письменной работы

### 3.1. Указания по организации работы с литературой

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги.

Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данной дисциплине.

Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего.

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий дисциплины. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного

представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Различают два вида чтения; первичное и вторичное. *Первичное* - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах. После него не должно остаться ни одного непонятного слова. Содержание не всегда может быть понятно после первичного чтения.

Задача *вторичного* чтения полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым).

Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания. Основные советы здесь можно свести к следующим:

- составить перечень книг, с которыми следует познакомиться;
- перечень должен быть систематизированным (что необходимо для семинаров, что для экзаменов, что пригодится для написания курсовых и дипломных работ).
- обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и дипломных работ это позволит очень сэкономить время).
- разобраться для себя, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть.
- при составлении перечней литературы следует посоветоваться с преподавателями и научными руководителями, которые помогут лучше сориентироваться.
- все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать, но это не означает, что надо конспектировать «все подряд»: можно выписывать кратко основные идеи автора и иногда приводить наиболее яркие и показательные цитаты.
- в работе с научной литературой следует выработать в себе способность «воспринимать» сложные тексты; для этого лучший прием – научиться «читать медленно», когда понятно каждое прочитанное слово (а если слово незнакомое, то либо с помощью словаря, либо с помощью преподавателя обязательно его узнать).

### **3.2. Задания для самостоятельной работы студентов**

**Вид самостоятельной работы студентов:** самостоятельное изучение литературы.

**Итоговый продукт самостоятельной работы:** конспект.

**Средства и технологии оценки:** собеседование.

**Порядок оформления и предоставления:** оформляется в виде конспекта. При составлении конспекта необходимо внимательно прочитать текст. После этого выделить главное, составить план; кратко сформулировать основные положения текста; законспектировать материал, четко следуя пунктам плана. Записи следует вести четко, ясно.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Конспект предоставляется в рукописном виде на практическом занятии.

**Критерии оценивания:**

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он способен применять знания дисциплины «Цифровые основы ведения бизнеса», способен определять методику анализа проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними. Анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи

между ними. Осуществлять сбор, анализ и обработку информации о проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними. критически оценивать источники информации. критически анализировать источники информации; работать с противоречивой информацией из разных источников. Определять варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа. Определять методику выработки стратегии действий для решения проблемной ситуации достижения поставленной цели. Применять методику выработки стратегии для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них. Разрабатывать и аргументировать стратегию решения проблемной ситуации, предвидя результат каждого из них. определять систему бизнес-процессов, выполняемых в организации, Проанализировать и определить максимально возможный уровень затрат на разработку и внедрение процессного подхода. Использовать различные способы описания процессов в зависимости от поставленных задач и целевым показателям организации. Анализировать требования к системе процессного управления организации исходя из стратегии организации. Анализировать плановые и отчетные показатели системы процессного управления организации. Производить сравнительный анализ (бенчмаркинг) показателей систем процессного управления организаций. Использовать методы и механизмы построения и регулирования системы управления рисками. Использовать элементы стратегического управления и планирования. Использовать принципы разработки стратегии развития системы управления рисками. Разрабатывать общую схему классификации рисков деятельности организации; Разрабатывать этапы процесса идентификации и анализа рисков в деятельности организации; выявить причины возникновения рисков на предприятии; провести комплексную оценку риска предприятия; составлять аналитический отчет о возможных рисках в процессе деятельности предприятия на рынке. Разрабатывать направления развития культуры и этики поведения антикоррупционной политики. применять методику выявления причин возникновения рисков организации; формировать отделы и подразделения организации с учётом антикоррупционной политики в области управления рисками организации.

Компетенции УК-1.И-1. УК-1.И-2. УК-1.И-3. ПК-1.И-1. ПК-1.И-2. ПК-3.И-1. ПК-3.И-2. ПК-3.И-3 освоены на высоком уровне.

*Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он способен применять знания дисциплины «Цифровые основы ведения бизнеса», способен определять методику анализа проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними. Анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними. критически оценивать источники информации. критически анализировать источники информации; работать с противоречивой информацией из разных источников. Определять методику выработки стратегии действий для решения проблемной ситуации достижения поставленной цели. Применять методику выработки стратегии для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них. определять систему бизнес-процессов, выполняемых в организации. Проанализировать и определить максимально возможный уровень затрат на разработку и внедрение процессного подхода. Анализировать требования к системе процессного управления организации исходя из стратегии организации. Анализировать плановые и отчетные показатели системы процессного управления организации. Использовать методы и механизмы построения и регулирования системы управления рисками. Использовать элементы стратегического управления и планирования. Разрабатывать общую схему классификации рисков деятельности организации; Разрабатывать этапы процесса идентификации и анализа рисков в деятельности организации; выявить причины возникновения рисков на предприятии; провести комплексную оценку риска предприятия; Разрабатывать направления развития культуры и этики поведения антикоррупционной политики. применять методику выявления причин возникновения рисков организации;*

Компетенции УК-1.И-1. УК-1.И-2. УК-1.И-3. ПК-1.И-1. ПК-1.И-2. ПК-3.И-1. ПК-

3.И-2. ПК-3.И-3 освоена на среднем уровне.

*Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он способен применять знания дисциплины «Цифровые основы ведения бизнеса», способен определять методику анализа проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними. критически оценивать источники информации. критически анализировать источники информации. Определять методику выработки стратегии действий для решения проблемной ситуации достижения поставленной цели. определять систему бизнес-процессов, выполняемых в организации. Анализировать требования к системе процессного управления организации исходя из стратегии организации. Использовать методы и механизмы построения и регулирования системы управления рисками. Разрабатывать общую схему классификации рисков деятельности организации; Разрабатывать этапы процесса идентификации и анализа рисков в деятельности организации; Разрабатывать направления развития культуры и этики поведения антикоррупционной политики.*

Компетенции УК-1.И-1. УК-1.И-2. УК-1.И-3. ПК-1.И-1. ПК-1.И-2. ПК-3.И-1. ПК-3.И-2. ПК-3.И-3 освоена на минимальном уровне.

*Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не способен применять знания дисциплины «Цифровые основы ведения бизнеса», не способен определять методику анализа проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними. критически оценивать источники информации. критически анализировать источники информации. Определять методику выработки стратегии действий для решения проблемной ситуации достижения поставленной цели. определять систему бизнес-процессов, выполняемых в организации. Анализировать требования к системе процессного управления организации исходя из стратегии организации. Использовать методы и механизмы построения и регулирования системы управления рисками. Разрабатывать общую схему классификации рисков деятельности организации; Разрабатывать этапы процесса идентификации и анализа рисков в деятельности организации; Разрабатывать направления развития культуры и этики поведения антикоррупционной политики.*

Компетенции УК-1.И-1. УК-1.И-2. УК-1.И-3. ПК-1.И-1. ПК-1.И-2. ПК-3.И-1. ПК-3.И-2. ПК-3.И-3 не сформированы, большинство предусмотренных программой учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

### **3.3 Методические указания по выполнению реферата**

Целью выполнения реферата является углубление и систематизация знаний по дисциплине, а также формирование навыков и умения самостоятельной аналитической работы студента со специальной литературой, законодательными, нормативными и статистическими материалами, периодическими изданиями, умения анализировать и обобщать теоретический и практический материал.

Задание по реферату выдается в сроки, установленные учебным планом. Работа выполняется студентом в течение учебного семестра, в соответствии с календарным графиком.

Вариант реферата выбирается из перечня вопросов реферата в соответствии с последней и предпоследней цифрой зачетной книжки студента.

Далее студентом составляется план выполнения реферата. При подборе литературы целесообразно определить те источники, которые позволят наиболее полно раскрыть тематику вопроса. Широкий круг привлекаемой литературы самостоятельная, аналитическая работа с нею позволяют реализовать главное требование реферата – углубленное изучение дисциплины с элементами научного творчества.

В часы консультаций студент может обращаться к преподавателю с вопросами,

возникающими в процессе подготовки вопросов.

Реферат представляет собой результат самостоятельного изучения дисциплины студентом, объемом 20-24 страницы рукописного текста, 10-12 страниц машинописного (компьютерного) текста.

Структура реферата выглядит следующим образом:

- 1. Теоретический вопрос;
- 2. Теоретический вопрос;
- Список используемой литературы
- Приложения.

Реферат должна быть выполнена в стандартной тетради, с выделением полей для пометок преподавателя или же в печатном варианте на листах А4 (210x297 мм), шрифт - Times New Roman, размер – 14, интервал -1,5.

Страницы реферата нумеруют арабскими цифрами.

Титульный лист оформляется по установленному образцу.

На титульном листе ставится дата сдачи – регистрации реферата в деканате, дата проверки реферата преподавателем, результат проверки реферата «зачтено», «не зачтено».

Цифровой материал оформляется в виде таблиц. Содержательный заголовок должен быть помещен над таблицей. Над правым верхним углом таблицы и заголовком пишут номер таблицы. Рисунки и таблицы имеют сквозную единую нумерацию. Таблицы и рисунки должны размещаться сразу после ссылки на них в тексте. Формулы, помещенные в тексте, имеют сквозную (единую) нумерацию арабскими цифрами. Номер формулы следует заключать в круглые скобки и помещать на правой стороне листа на уровне нижней строки формулы, к которой он относится.

Расшифровка значений символов и числовых коэффициентов должна производиться в тексте непосредственно под формулой в той последовательности, в какой они даны в формуле. Значение символа и смыслового коэффициента следует писать с новой строки. Первую строку расшифровки начинают со слова “где”, двоеточие после него не ставится.

В список литературы должны быть включены все источники, опубликованные в печати, которые использованы при написании реферата. При оформлении списка литературы указывают: фамилию и инициалы автора, название книги, место издания, издательство и год издания, количество страниц. Фамилия автора пишется в именительном падеже. Если авторов несколько, то их фамилии с инициалами указывают, в той последовательности, как они печатаются в книге. При наличии трех и более авторов допускается писать фамилию и инициалы только первого из них, а затем слова и др.

Заглавие книги приводится в том виде, как оно написано на титульном листе. Место издания пишется полностью в именительном падеже; сокращенное только для городов Москва (М) и Санкт-Петербург (СПб).

Сведения в статье из журнала и т.п. включают: фамилию, инициалы автора, название статьи, наименование издания, год выпуска, номер издания.

Каждый источник в списке литературы имеет свой порядковый номер строго по алфавиту. При упоминании в тексте реферата использованного источника, указывают его порядковый номер в квадратных скобках и соответствующую страницу. Например: [4, с.116]

В приложения следует вносить материалы, составленные и заполненные в соответствии с практическими заданиями. Каждое приложение должно быть расположено на отдельной странице, пронумеровано и иметь содержательный заголовок.

Примерная тематика рефератов

#### **Темы рефератов**

1. Модель B2C— бизнес, ориентированный на конечных потребителей— физических лиц.
2. Модель B2B — бизнес для бизнеса.

3. Смешанные и производные бизнес-модели.
4. Основные виды сетевого бизнеса
5. Обзор зарубежных платежных систем.
6. Расчеты с помощью собственных предоплаченных платежных инструментов.
7. Вопросы безопасности платежей в Интернете.
8. Особенности Интернет-рекламы.
9. Воздействие рекламных акций на количественный и качественный состав аудитории сайта.
10. Перспективные направления цифрового предпринимательства.
11. Преимущества и недостатки интернет-торговли.
12. Классификация торговых предприятий по степени сочетания традиционных и электронных инструментов.
13. Интегрированная модель организации торговли.
14. Комплекс-интернет маркетинга: структура и состав.
15. Оффлайн-компонент при организации интернет-торговли.
16. Социальные сети как инструмент создания веб-представительства.
17. Организация продаж через маркетплейс.
18. Интернет-платформы: сущность и преимущества.
19. Виды интернет-платформы.
20. Стратегии интернет-платформ.
21. Ценообразование интернет-платформ.
22. Сущность финтех.
23. Виды финансовых технологий.
24. Краудфинансирование: разновидности.
25. Кросс-секторная миграция и экосистемы.
26. Матрица «инновационность компании – инновационность продукта».
27. Сущность интернет-занятости.
28. Инфраструктура интернет-занятости.
29. Интернет-вещей.
30. Виртуальная и дополненная реальность.
31. Отличия между традиционным и цифровым подходами к организации бизнеса

### ***Критерии оценивания:***

Оценка «отлично» выставляется, если уровень теоретической и научно-исследовательской проработки проблемы находится на высоком уровне, поставленная проблема имеет высокое качество анализа, вносимые предложения носят полный, аргументированный и доказательный характер. Студент полностью, аргументировано, логично и последовательно ответил на дополнительные вопросы. Оформление работы соответствует всем предъявляемым требованиям и выполнено на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент продемонстрировал хороший уровень теоретической и научно-исследовательской проработки проблемы. Поставленная проблема имеет достаточно хорошее качество анализа. Вносимые предложения носят полный характер, но требуют дополнительных пояснений. Студент полностью, но не всегда аргументировано, логично и последовательно ответил на дополнительные вопросы. Оформление работы соответствует всем предъявляемым требованиям, не имеются небольшие отклонения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент недостаточно уделит внимания теоретической и научно-исследовательской проработке проблемы. В процессе анализа проблемы имеются значительные нарушения. Полнота вносимых предложений по рассматриваемой проблеме находится на низком уровне. Студент не полностью, не аргументировано, не логично и не последовательно ответил на дополнительные вопросы. В оформлении работы имеются отклонения.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если уровень теоретической и научно-исследовательской проработки проблемы находится на низком уровне. Анализ проблемы проведен некачественно. По рассматриваемой проблеме вносимые предложения отсутствуют. Студент показал отсутствие способности отвечать на дополнительные вопросы. Работа оформлена с нарушениями.

#### **4. Рекомендуемая литература**

##### **Основная литература:**

1. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса : учебник / Э.А. Арустамов. - 4-изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 230 с. : ил. - <http://biblioclub.ru/>. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03169-4, экземпляров неограничено.
2. Рындина, С. В. Цифровая трансформация бизнеса: использование аналитики на основе больших данных Электронный ресурс / Рындина С. В. : учебное пособие. - Пенза : ПГУ, 2019. - 182 с. - ISBN 978-5-907262-04-1, экземпляров неограничено

##### **Дополнительная литература:**

1. Зимовец, А. В. Основы организации собственного бизнеса : учебное пособие / А. В. Зимовец, Т. А. Щербакова, А. В. Ханина. - Основы организации собственного бизнеса, 2031-05-27. - Электрон. дан. (1 файл). - Таганрог : Таганрогский институт управления и экономики, 2019. - 112 с. - электронный. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 2227-8397, экземпляров неограничено.
2. Шевелева, С. А. Основы экономики и бизнеса Электронный ресурс : Учебное пособие для учащихся средних профессиональных учебных заведений / С. А. Шевелева, В. Е. Стогов. - Основы экономики и бизнеса, 2022-03-26. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 496 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-238-00866-0, экземпляров неограничено

##### **Интернет-ресурсы:**

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru/);
2. Электронная библиотечная система ЭБС «IPRbooks» - [www.iprbookshop.ru](http://www.iprbookshop.ru);