

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Брянский государственный аграрный университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Г.П. Малявко

20 19 г.

Сетевая экономика

(Наименование дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Закреплена за кафедрой информационных систем и технологий

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль Производственный менеджмент

Квалификация Бакалавр

Форма обучения заочная

Общая трудоемкость 4 з.е.

Часов по учебному плану 144

Брянская область

2019

Программу составил:

старший преподаватель Милютина Е.М.



Рецензент:

к.э.н. Войтова Н.А.



Рабочая программа дисциплины

Сетевая экономика

разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)

Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 года №7

составлена на основании учебного плана 2019 года набора:

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль Производственный менеджмент

утвержденного учёным советом вуза от 22 мая 2019 г. протокол № 10

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

менеджмента

Протокол от 22 мая 2019 г. № 10

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент Подольникова Е.М.



1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Формирование у студентов целостной системы знаний о возможностях и основных направлениях данного вида бизнеса, изучение основных терминов и понятий, характеризующих коммерческую деятельность в сфере информационных услуг, раскрытие взаимосвязи всех понятий и внутренней логики организации информационной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Блок ОПОП ВО: Б1.В.ДВ.02.02

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Изучение дисциплины опирается на знания, полученные при изучении курса «Информационные технологии в профессиональной деятельности».

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Знания, полученные при изучении дисциплины, используются при выполнении ВКР.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-7: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Знать: основные понятия и категории электронного бизнеса; особенности сетевых благ и информационных ресурсов

Уметь: применять имеющиеся знания для решения практических задач; планировать ведение бизнеса в сетевой экономике

Владеть: процессами формирования сетевой экономики; знаниями о рынках сетевых благ; знаниями о проблемах функционирования сетевых организаций; знаниями об основах принятия решений по организации бизнеса в сети; знаниями об особенностях сделок в различных сегментах электронной коммерции;

ПК-12: умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Знать: принципы построения сетевого бизнеса; экономические предпосылки перевода части бизнеса в Интернет

Уметь: формировать предложения по реорганизации бизнес-процессов при выходе компании в он-лайн

Владеть: методами научного поиска, методиками представления научно-технических материалов по результатам исследований в виде обзоров, рефератов, докладов и т.д.

4.Распределение часов дисциплины по семестрам

Вид занятий	1		2		3		4		5		6		7		8		Итого	
													УП	РПД			УП	РПД
Лекции													32	32			32	32
Лабораторные																		
Практические													48	48			48	48
КСР													6	6			6	6
Прием зачета													0,15	0,15			0,15	0,15
Контактная работа обучающихся с преподавателем (аудиторная)													86,15	86,15			86,15	86,15
Сам. работа													57,85	57,85			57,85	57,85
Итого													144	144			144	144

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Компетенции
Раздел 1. Понятие и сущность сетевой экономики				
1.1	Понятие и сущность сетевой экономики/Лек/	7	2	ОПК-7 ПК-12
1.2	Современное состояние сетевой экономики /Пр/	7	2	ОПК-7, ПК-12
1.3	История становления сетевой экономики/Ср/	7	4	ОПК-7, ПК-12
Раздел 1. Подготовка бизнес-идеи. Создание команды.				
2.1	Технологическое предпринимательство /Лек/	7	2	ОПК-7 ПК-12
2.2	Идея: источники идей для стартапа, как проверить свою идею /Пр/	7	4	ОПК-7, ПК-12
2.3	Идея: источники идей для стартапа, как проверить свою идею /Пр/	7	4	ОПК-7, ПК-12
2.4	Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа /Пр/	7	4	ОПК-7 ПК-12
2.5	Ценностное предложение /Лек/	7	4	ОПК-7, ПК-12
2.6	Ценностное предложение /Пр/	7	2	ОПК-7, ПК-12
2.7	Ценностное предложение / Ср /	7	6	ОПК-7, ПК-12
Раздел 3. Маркетинг проекта				
3.1	Анализ рынка. Оценка потенциала рынка /Пр/	7	4	ОПК-7, ПК-12
3.2	Анализ рынка. Оценка потенциала рынка /Ср/	7	6	ОПК-7, ПК-12
3.3	Целевая аудитория. Customer discovery и customer development. Цикл принятия новых	7	2	ОПК-7, ПК-12

	продуктов /Пр/			
3.4	Целевая аудитория. Customer discovery и customer development. Цикл принятия новых продуктов /Ср/	7	6	ОПК-7, ПК-12
3.5	Анализ конкурентов /Лек/	7	4	ОПК-7, ПК-12
3.6	Анализ конкурентов /Ср/	7	6	ОПК-7, ПК-12
3.7	Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей. Постановка продаж /Пр/	7	4	ОПК-7, ПК-12
Раздел 4. Реализация бизнес-модели				
4.1	Приложения и сервисы для бизнеса /Ср/	7	6	ОПК-7, ПК-12
4.2	Метрики стартапа и экономика продукта. Финансы стартапа /Лек/	7	2	ОПК-7, ПК-12
4.3	Модели монетизации /Ср/	7	4	ОПК-7, ПК-12
4.4	Бизнес-модель /Лек/	7	4	ОПК-7, ПК-12
4.5	Бизнес-модель /Пр/	7	4	ОПК-7, ПК-12
4.6	Бизнес-модель /Ср/	7	4	ОПК-7, ПК-12
4.7	От идеи к продукту. Концепция, value proposition, MVP /Лек/	7	4	ОПК-7, ПК-12
4.8	От идеи к продукту. Концепция, value proposition, MVP /Лек/	7	2	ОПК-7, ПК-12
4.9	Customer validation. Тестирование каналов и подготовка к масштабированию /Лек/	7	4	ОПК-7, ПК-12
4.10	Customer validation. Тестирование каналов и подготовка к масштабированию /Пр/	7	4	ОПК-7, ПК-12
4.11	Customer validation. Тестирование каналов и подготовка к масштабированию / Ср /	7	4	ОПК-7, ПК-12
4.12	PR стартапа /Пр/	7	4	ОПК-7, ПК-12
4.13	PR стартапа /Ср/	7	6	ОПК-7, ПК-12
4.14	Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. Когда идти к инвесторам и надо ли. Требования фондов. Почему отказывают фонды /Лек/	7	4	ОПК-7, ПК-12
4.15	Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. Когда идти к инвесторам и надо ли. Требования фондов. Почему отказывают фонды /Пр/	7	4	ОПК-7, ПК-12
4.16	Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. Когда идти к инвесторам и надо ли. Требования фондов. Почему отказывают фонды / Ср /	7	5,85	ОПК-7, ПК-12
4.17	Подготовка презентации проекта /Пр/	7	4	ОПК-7,

				ПК-12
4.18	Защита проекта /Пр/	7	2	ОПК-7, ПК-12
4.19	Контактная работа при подготовке зачета	7	0,15	ОПК-7, ПК-12

Реализация программы предполагает использование традиционной, активной и интерактивной форм обучения на лекционных, практических занятиях.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Перечень вопросов к зачету

1. Понятие и сущность сетевой экономики.
2. История становления сетевой экономики.
3. Преимущества и недостатки сетевой экономики.
4. Понятие, виды и жизненный цикл стартапов.
5. Технологическое предпринимательство.
6. Идея: источники идей для стартапа, как проверить свою идею.
7. Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа.
8. Бизнес-модель.
9. Анализ рынка.
10. Оценка потенциала рынка.
11. Анализ конкурентов.
12. Целевая аудитория.
13. Ценностное предложение (понятие, условия формирования).
14. Customer discovery и customer development.
15. Цикл принятия новых продуктов.
16. Метрики стартапа и экономика продукта.
17. Финансы стартапа.
18. Структура доходов и расходов.
19. Модели монетизации (виды, выбор моделей).
20. От идеи к продукту. Концепция value proposition.
21. От идеи к продукту. Концепция MVP.
22. Customer validation.
23. Тестирование каналов и подготовка к масштабированию.
24. Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей.
25. Постановка продаж.
26. Воронка бизнеса, этапы воронки продаж, рекламные каналы.
27. PR стартапа.
28. Инвестиции. Источники инвестиций.
29. Венчурные инвестиции.
30. Виды инвесторов. Когда идти к инвесторам и надо ли.
31. Приложения и сервисы для бизнеса.
32. Требования фондов. Почему отказывают фонды. Подготовка питча для инвесторов.
33. Международные аспекты Интернет-предпринимательства.

5.2. Фонд оценочных средств

Приложение №1.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество
6.1.1. Основная литература				
1	Семенов А.А.	Сетевые технологии и Интернет [Электронный ресурс]: учебное пособие/ А.А. Семенов— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017.— 148 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/66840.html	СПб., 2017	ЭБС «IPRbooks»
2	Мартиросян К.В.	Интернет-технологии [Электронный ресурс]: учебное пособие/ К.В. Мартиросян, В.В. Мишин— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015.— 106 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/63089.html	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015	ЭБС «IPRbooks»
3	Мусиенко А.С.	Информационный бизнес [Электронный ресурс]: методическое пособие для бакалавров и младших специалистов/ А.С. Мусиенко, М.В. Абрамова— Электрон. текстовые данные.— Симферополь: Университет экономики и управления, 2015.— 132 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/54706.html	Симферополь: Университет экономики и управления, 2015	ЭБС «IPRbooks»
6.1.2. Дополнительная литература				
1	Мезенцев К.Н.	Основы работы в сети Интернет [Электронный ресурс]: учебное пособие/ К.Н. Мезенцев, И.И. Никитченко, А.В. Смирнов— Электрон. текстовые данные.— М.: Российская таможенная академия, 2012.— 80 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/69497.html	- СПб. :Питер, 2011	ЭБС «IPRbooks»
2	Филатова О.Г.	Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества: учебное пособие. - СПб.: НИУ ИТМО, 2013. - 136 с. — Режим доступа: http://window.edu.ru/resource/421/80421	СПб.: НИУ ИТМО, 2013	ЭБС Единое окно
3	Калинина А.Э	Интернет-бизнес и электронная коммерция: [Электронный ресурс]Учебное пособие. - Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2004. - 148 с. Режим доступа: http://window.edu.ru/resource/854/25854	ВолГУ, 2004	ЭБС Единое окно
4	Поляков К.Л	Основы бизнес-аналитики: видеокурс интернет-университета информационных технологий. - Электронный учебный курс. Режим доступа: http://window.edu.ru/resource/729/74729	Национальный Открытый Университет "ИНТУ-ИТ"	ЭБС Единое окно
5	Брагин Л.А.	Электронная коммерция: учеб. для бакалавров	М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2012	20
6.1.3. Методические разработки				
1	Милютина Е.М.	Интернет-технологии в электронном бизнесе и сетевой экономике. Учебно-методическое пособие./ Сост. Милютина Е.М.- Брянск: Издательство Брянский ГАУ, 2016.- 19 с. - Режим доступа: http://www.bgsha.com/ru/book/422219/ . – Загл. с экрана.	Брянск: Изд-во Брянский ГАУ, 2016	ЭБС Брянский ГАУ

Реализация программы предполагает использование традиционной, активной и интерактивной форм обучения на лекционных, практических занятиях.

6.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Компьютерная информационно-правовая система «КонсультантПлюс»
2. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru/>
3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru/>
4. Портал "Информационно-коммуникационные технологии в образовании" <http://www.ict.edu.ru/>

Информационные ресурсы

Денисова А.Л. Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса: учебное пособие / А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм, Т.М. Уляхин, А.В. Гуськов. - Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО "ТГТУ", 2012. - 88 с. <http://window.edu.ru/resource/074/80074>

Антопольский А.Б. Информационные ресурсы России [Электронный ресурс]/ Режим доступа: [http://rucont.ru/searchresults?q= М.: НТЦ «Информрегистр», 2010 25](http://rucont.ru/searchresults?q=М.:НТЦ«Информрегистр»,201025)

Звездин С.В. Мировые информационные ресурсы М. Университет "ИНТУИТ", 2015 25[Электронный ресурс / Режим доступа: <http://www.book.ru/book/917780/view>

6.3. Перечень программного обеспечения

Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian

Операционная система Microsoft Windows 7 Professional Russian

Операционная система Microsoft Windows 10 Professional Russian

Офисное программное обеспечение Microsoft Office 2010 Standart

Офисное программное обеспечение Microsoft Office 2013 Standart

Офисное программное обеспечение Microsoft Office 2016 Standart

Офисное программное обеспечение OpenOffice

Офисное программное обеспечение LibreOffice

Программа для распознавания текста ABBYY Fine Reader 11

Программа для просмотра PDF Foxit Reader

Web-браузер – Internet Explorer, Google Chrome, Yandex браузер

Microsoft Office 365

Microsoft Visio профессиональный 2010

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа – аудитория 3-404, имеющая видеопроекторное оборудование, средства звуковоспроизведения, интерактивную доску, выход в локальную сеть и Интернет; аудитория 3-306 (12 компьютеров), имеющая видеопроекторное оборудование, выход в локальную сеть и Интернет;

- учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа) – аудитория 3-304 (24 компьютера), аудитория 3-313 (10 компьютеров) с выходом в локальную сеть и Интернет, доступом к справочно-правовой системе КонсультантПлюс, электронным учебно-методическим материалам, к электронной информационно-образовательной среде;

- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций - аудитория аудитория 3-304 (24 компьютера), аудитория 3-313 (10 компьютеров) с выходом в локальную сеть и Интернет, доступом к справочно-правовой системе КонсультантПлюс, электронным учебно-методическим материалам, к электронной информационно-образовательной среде;

- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации - аудитория 3-304 (24 компьютера), аудитория 3-313 (10 компьютеров) с выходом в локальную сеть и Интернет, доступом к справочно-правовой системе КонсультантПлюс, электронным учебно-методическим материалам, к электронной информационно-образовательной среде;

- помещения для самостоятельной работы - аудитория 3-304 (24 компьютера) с выходом в локальную сеть и Интернет, доступом к справочно-правовой системе КонсультантПлюс, электронным учебно-методическим материалам, к электронной информационно-образовательной среде, с возможностью использования 1 принтера, 1 сканера, 1 копировального аппарата, видеопроекторного оборудования, размещенных в аудитории 3-

312а; читальный зал научной библиотеки (15 компьютеров) с выходом в локальную сеть и Интернет, доступом к справочно-правовой системе КонсультантПлюс, электронным учебно-методическим материалам, к электронной информационно-образовательной среде, библиотечному электронному каталогу, ресурсам ЭБС.

- помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования - 3-303, 3-315.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

Сетевая экономика

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Профиль: Производственный менеджмент

Дисциплина: Сетевая экономика

Форма промежуточной аттестации: зачет

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной ОПОП ВО

Изучение дисциплины «Сетевая экономика» направлено на формировании следующих компетенций:

общефессиональных компетенций (ОПК):

ОПК-7: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

профессиональных компетенций (ПК):

ПК-12: умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

2.2. Процесс формирования компетенций по дисциплине «Сетевая экономика»

№ раздела	Наименование раздела	3.1	3.2	У.1	У.2	Н.1	Н.2
1	Раздел 1. Понятие и сущность сетевой экономики	+	+	+	+	+	+
2	Раздел 2. Подготовка бизнес-идеи. Создание команды.	+	+	+	+	+	+
3	Раздел 3. Маркетинг проекта	+	+	+	+	+	+
4	Раздел 4. Реализация бизнес-модели	+	+	+	+	+	+

Сокращение:

3. - знание; У. - умение; Н. - навыки.

2.3. Структура компетенций по дисциплине (Сетевая экономика)

ОПК-7: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности					
Знать (3.1)		Уметь (У.1)		Владеть (Н.1)	
основные понятия и категории электронного бизнеса; особенности сетевых благ и информационных ресурсов	Лекции разделов № 1-4	применять имеющиеся знания для решения практических задач; планировать ведение бизнеса в сетевой экономике;	Практические работы разделов № 1-4	:процессами формирования сетевой экономики; знаниями о рынках сетевых благ; знаниями о проблемах функционирования сетевых организаций; знаниями об основах принятия решений по организации бизнеса в сети; знаниями об особенностях сделок в различных сегментах электронной коммерции.	Практические работы разделов № 1-4
ПК-12: умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)					
Знать (3.2)		Уметь (У.2)		Владеть (Н.2)	
принципы построения сетевого бизнеса; экономические	Лекции разделов № 1-4	формировать предложения по реорганизации биз-	Практические работы разделов № 1-4	методами научного поиска, методиками представления науч-	Практические работы разделов № 1-4

предпосылки перевода части бизнеса в Интернет		нес-процессов при выходе компании в он-лайн		но-технических материалов по результатам исследований в виде обзоров, рефератов, докладов и т.д.	
---	--	---	--	--	--

3. ПОКАЗАТЕЛИ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ И ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

3.1. *Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации дисциплины*

Карта оценочных средств промежуточной аттестации дисциплины, проводимой в форме зачета

№ п/п	Раздел дисциплины	Контролируемые дидактические единицы (темы, вопросы)	Контролируемые компетенции	Оценочное средство (№ вопроса)
1.	Раздел 1. Понятие и сущность сетевой экономики	Понятие и сущность сетевой экономики Современное состояние сетевой экономики История становления сетевой экономики	ОПК-7, ПК-12	Вопрос на зачете 1-3
2.	Раздел 2. Подготовка бизнес-идеи. Создание команды.	Технологическое предпринимательство Идея: источники идей для стартапа, как проверить свою идею. Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа. Ценностное предложение.	ОПК-7, ПК-12	Вопрос на зачете 4-8
3.	Раздел 3. Маркетинг проекта	Анализ рынка. Оценка потенциала рынка Целевая аудитория. Customer discovery и customer development. Цикл принятия новых продуктов. Анализ конкурентов. Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей. Постановка продаж.	ОПК-7, ПК-12	Вопрос на зачете 9-11, 24, 25
4.	Раздел 4. Реализация бизнес-модели	Приложения и сервисы для бизнеса Метрики стартапа и экономика продукта. Финансы стартапа.	ОПК-7, ПК-12	Вопрос на зачете 12-23, 26-33

	<p> Модели монетизации. Бизнес-модель. От идеи к продукту. Концепция, value proposition, MVP Приложения и сервисы для бизнеса Метрики стартапа и экономика продукта. Финансы стартапа. Модели монетизации. Бизнес-модель. От идеи к продукту. Концепция, value proposition, MVP Customer validation. Тестирование каналов и подготовка к масштабированию. PR стартапа. Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. Когда идти к инвесторам и надо ли. Требования фондов. Почему отказывают фонды. Подготовка презентации проекта. </p>		
--	--	--	--

Перечень вопросов к зачету по дисциплине «Сетевая экономика»

1. Понятие и сущность сетевой экономики.
2. История становления сетевой экономики.
3. Преимущества и недостатки сетевой экономики.
4. Понятие, виды и жизненный цикл стартапов.
5. Технологическое предпринимательство.
6. Идея: источники идей для стартапа, как проверить свою идею.
7. Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа.
8. Бизнес-модель.
9. Анализ рынка.
10. Оценка потенциала рынка.
11. Анализ конкурентов.
12. Целевая аудитория.
13. Ценностное предложение (понятие, условия формирования).
14. Customer discovery и customer development.
15. Цикл принятия новых продуктов.
16. Метрики стартапа и экономика продукта.
17. Финансы стартапа.
18. Структура доходов и расходов.
19. Модели монетизации (виды, выбор моделей).
20. От идеи к продукту. Концепция value proposition.
21. От идеи к продукту. Концепция MVP.
22. Customer validation.
23. Тестирование каналов и подготовка к масштабированию.

24. Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей.
25. Постановка продаж.
26. Воронка бизнеса, этапы воронки продаж, рекламные каналы.
27. PR стартапа.
28. Инвестиции. Источники инвестиций.
29. Венчурные инвестиции.
30. Виды инвесторов. Когда идти к инвесторам и надо ли.
31. Приложения и сервисы для бизнеса.
32. Требования фондов. Почему отказывают фонды. Подготовка питча для инвесторов.
33. Международные аспекты Интернет-предпринимательства.

Критерии оценки компетенций.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Сетевая экономика» проводится в соответствии с Уставом Университета, Положением о форме, периодичности и порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся. Промежуточная аттестация по дисциплине «Сетевая экономика» проводится в соответствии с учебным планом в 7 семестре в форме зачета. Обучающегося допускается к зачету по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных рабочей программой дисциплины.

Оценка знаний студента на экзамене носит комплексный характер и определяется его:

- ответом на зачете
- результатами промежуточной аттестации;
- прохождением итогового теста

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются оценками: «зачтено», «не зачтено».

Оценивание обучающегося на зачете:

Критерии оценки на зачете

Результат зачета	Критерии
«зачтено»	Обучающийся показал знания основных положений учебной дисциплины, умение решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты расчетов или эксперимента
«не зачтено»	При ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины

3.2. Оценочные средства для проведения текущего контроля знаний по дисциплине

Карта оценочных средств текущего контроля знаний по дисциплине

№ п/п	Раздел дисциплины	Контролируемые дидактические единицы	Контролируемые компетенции (или их части)	Оценочные средства
1	Раздел 1. Понятие и сущность сетевой экономики	Понятие и сущность сетевой экономики Современное состояние се-	Понятие и сущность сетевой экономики	Опросы Отчеты по практическим работам

		тевой экономики История становления сетевой экономики	Современное состояние сетевой экономики История становления сетевой экономики	Опрос по результатам самостоятельной работы
2	Раздел 2. Подготовка бизнес-идеи. Создание команды.	Технологическое предпринимательство Идея: источники идей для стартапа, как проверить свою идею. Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа. Ценностное предложение.	Технологическое предпринимательство Идея: источники идей для стартапа, как проверить свою идею. Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа. Ценностное предложение.	Опросы Отчеты по практическим работам Опрос по результатам самостоятельной работы Тесты
3	Раздел 3. Маркетинг проекта	Анализ рынка. Оценка потенциала рынка Целевая аудитория. Customer discovery и customer development. Цикл принятия новых продуктов. Анализ конкурентов. Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей. Постановка продаж.	Анализ рынка. Оценка потенциала рынка Целевая аудитория. Customer discovery и customer development. Цикл принятия новых продуктов. Анализ конкурентов. Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей. Постановка продаж.	Опросы Отчеты по практическим работам Опрос по результатам самостоятельной работы
4	Раздел 4. Реализация бизнес-модели	Приложения и сервисы для бизнеса Метрики стартапа и экономика продукта. Финансы стартапа. Модели монетизации. Бизнес-модель.	Приложения и сервисы для бизнеса Метрики стартапа и экономика продукта.	Опросы Отчеты по лабораторным работам Опрос по результатам самостоятельной работы

		<p>От идеи к продукту. Концепция, value proposition, MVP Приложения и сервисы для бизнеса Метрики стартапа и экономика продукта. Финансы стартапа. Модели монетизации. Бизнес-модель. От идеи к продукту. Концепция, value proposition, MVP Customer validation. Тестирование каналов и подготовка к масштабированию. PR стартапа. Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. Когда идти к инвесторам и надо ли. Требования фондов. Почему отказывают фонды. Подготовка презентации проекта.</p>	<p>Финансы стартапа. Модели монетизации. Бизнес-модель. От идеи к продукту. Концепция, value proposition, MVP Приложения и сервисы для бизнеса Метрики стартапа и экономика продукта. Финансы стартапа. Модели монетизации. Бизнес-модель. От идеи к продукту. Концепция, value proposition, MVP Customer validation. Тестирование каналов и подготовка к масштабированию. PR стартапа. Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. Когда идти к инвесторам и надо ли. Требования фондов. Почему отказывают фонды. Подготовка презентации проекта.</p>	
--	--	---	---	--

Пример тестовых заданий

1. Как называется поиск масштабируемой бизнес-модели?

1 финишап

2 стартдаун

3 дауншифтинг

4 стартап

2. Выделите основные три метода создания неуникальных стартапов:
(Ответ считается верным, если отмечены все правильные варианты ответов.)

1 масштабирование

2 комбинирование

3 трансформация

4 копирование

5 генерация

3. Как называется метод создания стартапа, который заключается в дополнении уже реализованной идеи?

(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 копирование

2 трансформация

3 комбинирование

4. Что такое «неконгруэнтность»?

(Отметьте один правильный вариант ответа.)

ней 1 соответствие между реальностью, какая она есть на самом деле, и нашими представлениями о

ней 2 несоответствие свойств товара или услуги потребностям потребителя

ней 3 несоответствие между реальностью, какая она есть на самом деле, и нашими представлениями о

4 изменения в восприятии, настроениях или ценностных установках людей

5. Какая аналогия определяет такую ситуацию сравнения, когда аналогия и оригинал максимально подобны друг другу?

(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 личная

2 фантастическая

3 прямая

4 символическая

6. К какому уровню задач в соответствии с ТРИЗ относятся задачи, решение которых не связано с устранением технических противоречий и приводит к мелким изобретениям?

(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 5

2 1

3 3

4 4

5 2

7. Укажите правильную последовательность создания цепочки ценности.

(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 бизнес–модель – прибыль - ценность

2 ценность – бизнес–модель – прибыль

3 бизнес–модель - ценность – прибыль

4 ценность – прибыль - бизнес–модель

8. Если предприниматель использовал идею успешного американского стартапа, какой метод он применил?

(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 копирование

2 комбинирование

3 трансформация

9. Что определяет место стартапа в цепочке создания ценности?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 бизнес-маркетинг

2 конкурентная стратегия

3 спрос со стороны потребителей

4 бизнес-модель

10. Какую бизнес-модель использует сайт, размещающий информацию о наиболее популярных ресторанах конкретного города?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 бизнес-модель на основе платного размещения

2 бизнес-модель на основе платных дополнительных сервисов

3 бизнес-модель на основе платного доступа

4 рекламная бизнес-модель

11. Как называется бизнес-модель, при которой доход поступает от демонстрации рекламы или переходы пользователей на сайты рекламодателей?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 производственная

2 рекламная

3 информационная

4 посредническая

12. Как называется бизнес-модель, при которой доход получается от непосредственной продажи товаров или услуг?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 производственная

2 торговая

3 информационная

4 посредническая

13. Как выглядит общая схема PDM?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 концепция-разработка продукта-тестирование-запуск

2 концепция-тестирование-разработка продукта-запуск

3 запуск-концепция-разработка продукта-тестирование

4 тестирование-концепция-разработка продукта-запуск

14. На каком этапе в соответствии с PDM формируется список функционала, который будет присутствовать в коммерческой версии продукта?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 запуск

2 разработка продукта

3 концепция

4 тестирование

15. Что происходит на последней фазе первого этапа CDM?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 верификация

2 проверка гипотез

3 постановка гипотез

4 проверка концепции продукта

16. Выделите основные цели организации партнерских отношений.
(Ответ считается верным, если отмечены все правильные варианты ответов.)

1 снижение риска и неопределенности

2 исследование потребностей потенциальных потребителей

3 оптимизация производства

4 поставка ресурсов и совместная деятельность

5 увеличение сегмента рынка

17. Какой этап CDM определяет, пригоден ли выбранный рынок для построения бизнеса?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 **Customer Validation**

2 Company Building

3 Customer Discovery

4 Company Creation

18. Что значит достижение Problem/Solution Fit?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 совпадение ожидаемой и реальной выгод

2 совпадение выбранного рынка и вашего продуктового предложения

3 **совпадение проблемы потребителей и вашего продуктового предложения**

4 нахождение необходимых материальных средств для реализации бизнес-проекта

19. Как расшифровывается аббревиатура MVP?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 максимально требовательный потребитель

2 **минимально жизнеспособный продукт**

3 максимально жизнеспособный продукт

4 максимально вариативный продукт

20. Какой из нижеперечисленных методов оценки рынка относится к группе экспертной оценки?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 эконометрика

2 интерполяция

3 **метод Делфи**

4 экстраполяция

21. Какой тип экспертов может рассказать о процессе выхода на рынок, о производственных требованиях, каналах сбыта и т.д.?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 покупатели

2 пользователи

3 партнеры

4 технологи

22. Интервью с каким типом экспертов поможет Вам оценить новизну технологии?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 технологи

2 пользователи

3 покупатели

4 партнеры

23. Какие метрики интернет-магазина можно отнести к «метрикам тщеславия»?
(Ответ считается верным, если отмечены все правильные варианты ответов.)

1 число подписчиков в группе в ВКонтакте и/или Facebook

2 количество собранных адресов электронной почты

3 совершенные пользователями покупки

4 AARRR

5 количество зарегистрированных пользователей

24. Что значит приобретение посетителей (acquisition) в цепочке продаж?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 посетитель зашел на сайт откуда-то (через рекламу, поиск, ссылку в твиттере)

2 посетитель сайта принес доход его создателю

3 посетитель сайта рассказал о нем своим друзьям

4 посетитель не закрыл сразу сайт, а зарегистрировался на нем

25. Если пользователь совершил регистрацию на сайте, какие этапы цепочки продаж уже пройдены?

(Ответ считается верным, если отмечены все правильные варианты ответов.)

1 Revenue

2 Acquisition

3 **Activation**

4 Retention

26. На какой стадии цепочки продаж нужно отслеживать то, как часто пользователи возвращаются на сайт?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 Acquisition

2 Revenue

3 **Retention**

4 Activation

27. Какой показатель используется для оценки готовности к повторным покупкам?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 MRR

2 **NPS**

3 LTV

4 Churn Rate

28. Какой показатель служит для оценки оттока клиентов?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 LTV

2 NPS

3 **Churn Rate**

4 MRR

29. Выделите характерные черты этапа формирования при создании команды.
(Ответ считается верным, если отмечены все правильные варианты ответов.)

1 дискуссии между членами группы носят конструктивный характер

2 **члены команды пытаются понять свое место в команде**

3 конфликты за власть между членами группы и руководством

4 **члены команды оценивают компетентность и полномочия лидера команды**

5 члены команды знакомятся друг с другом

6 соперничество за внимание к себе со стороны лидеров и других членов команды

30. Какой тип лидерства предпочтителен на этапе стабилизации команды?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 консультативный

2 директивный

3 поддерживающий

4 направляющий

31. Как называется стиль лидерства, четко ориентированный на отношения?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 поддерживающий

2 консультативный

3 направляющий

4 директивный

32. Как называется роль человека по теории М. Белбина, который превращает концепции и планы в рабочие процедуры, систематически и продуктивно исполняет принятые на себя обязательства?
(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 руководитель

2 рабочая пчелка

3 мотиватор

4 контролер

33. Выделите верные заповеди руководителя
(Ответ считается верным, если отмечены все правильные варианты ответов.)

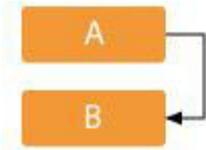
1 прежде всего работай сам, а затем управляй

2 держи в голове как можно больше подробностей о разрабатываемом продукте, но мысли глобально

3 доверяй своим подчиненным

4 не делегируй полномочия

34. Как называется тип связи между задачами на диаграмме Ганта, представленный на рисунке?



(Отметьте один правильный вариант ответа.)

1 Старт-Финиш

2 Старт-Старт

3 Финиш-Старт

4 Финиш-Финиш