

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна

Должность: проректор по учебной работе

Дата подписания: 28.02.2022 20:35:15

Уникальный программный ключ:

0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabbf73e943df4a4851fda56d089

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Юго-Западный государственный университет»
(ЮЗГУ)

Кафедра региональной экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

О.Г. Локтионова

« 16 »

(ЮЗГУ)

2021 г.



ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ БИЗНЕСА

Методические указания для самостоятельной работы по изучению
дисциплины для студентов направлений подготовки
38.03.02 Менеджмент

Курск 2021

УДК 681.3:338

Составитель: М.А. Плахотникова

Рецензенты:

Доктор экономических наук, профессор Ю.В. Вертакова

Интернет-технологии бизнеса : методические указания для самостоятельной работы по изучению дисциплины / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: М.А. Плахотникова, Курск, 2021. 37 с.: табл. 5, Библиогр.: с. 33-35.

Методические указания составлены на основании учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент и рабочей программы дисциплины «Интернет-технологии бизнеса». Включают общие положения, широкий набор различных видов работы обучающихся при освоении дисциплины «Интернет-технологии бизнеса»: планы практических занятий и самостоятельной работы студентов, формы контроля и требования к оценке знаний по дисциплине, список рекомендуемой литературы и информационное обеспечение дисциплины. Содержат необходимые задания и критерии оценки, как для аудиторной, так и самостоятельной работы студентов, которая играет особую роль в подготовке бакалавров.

Методические указания помогают сформировать студентам знания и навыки в области технологий, которые предоставляет бизнесу глобальная сеть «Интернет», развить у студентов перспективное мышление и творческие способности к исследовательской деятельности, усвоить необходимые компетенции, формируемые в результате изучения учебной дисциплины.

Предназначены для студентов направлений подготовки 38.03.02 очной формы обучения и будут полезны преподавателям.

Текст печатается в авторской редакции.

Подписано в печать . Формат 60x84 1/16.

Усл. печ. л. 2,15 . Уч.-изд. л. 1,95 . Тираж 100 экз. Заказ Бесплатно.

Юго-Западный государственный университет

305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	4
1.1. Общие положения.....	4
1.2. Объем дисциплины и виды учебной работы.....	6
1.3. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины.....	8
1.4. Формы контроля знаний.....	14
1.4.1. Текущий контроль изучения дисциплины.....	14
1.4.2. Итоговый (промежуточный) контроль.....	16
2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	18
3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	36
3.1. Основная и дополнительная литература.....	36
3.2. Перечень методических указаний.....	38
3.3. Используемые информационные технологии и перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	38
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	40

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Общие положения

Цель преподавания дисциплины

Целью преподавания дисциплины является изучение основных понятий учебного курса, формирование у будущих специалистов знаний и навыков в области электронного бизнеса. Дать общее представление о принципах и законах функционирования электронной коммерции; познакомить с методами продвижения продукции и услуг при помощи web-ресурсов и использования их в коммерческой деятельности фирмы; раскрыть экономическую сущность содержания базовых терминов и понятий, используемых при изучении других дисциплин. Развить у студентов творческие способности и стремление к исследовательской деятельности. Бакалавр должен обладать способностью использовать основные приемы интернет-технологий бизнеса при решении профессиональных задач, обладать способностью анализировать экономические явления или процессы, проходящие в глобальных сетях.

Задачи изучения дисциплины

- раскрыть сущность электронного бизнеса;
- показать закономерный характер развития электронной экономики;
- получить знания о принципах и законах функционирования электронной коммерции;
- уметь использовать web-ресурсы для продвижения товаров и услуг;
- владеть навыками самостоятельной работы с информацией в глобальных сетях.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интернет-технологии бизнеса» представляет дисциплину по выбору с индексом Б2.В.ДВ.1 математического и естественнонаучного цикла учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент. Изучение дисциплины проводится на 1 курсе (2 семестр).

Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины

В процессе изучения дисциплины «Интернет-технологии бизнеса» происходит формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций:

1. владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-17);

2. способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах (ОК-18);

3. овладение средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления (ПК-33);

4. овладение методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы (ПК-34).

В результате освоения дисциплины бакалавр по менеджменту должен:

Знать:

-законы развития электронного бизнеса,

-основные понятия электронной экономики и электронной коммерции

Уметь:

- применять принципы электронного бизнеса;

- определять уровень соответствия web-сайта основным целям бизнеса;

-применять методы электронной коммерции для решения экономических задач в рамках электронной экономики.

Владеть:

- программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами интернет-технологий

- навыками формирования web-сайтов для поддержки бизнеса в глобальных компьютерных сетях;

- методами поддержки бизнеса через социальные сети,

- методами поисковой оптимизации.

1.2. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 2 зачетных единиц (з.е.), 72 часа.

Таблица 1 – Содержание дисциплины и ее методическое обеспечение

Раздел учебной дисциплины	Виды учебной деятельности (в часах)			Учебно-методические материалы	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	Компетенции
	Лек.	Лаб.	Пр.			
2	3	4	5	6	7*	8
Понятие и релевантность web-сайтов. Критерии оценки web-сайтов.	0	4	0	У-1,У-2	К _о / защита лабораторной работы	ОК-18
Понятие web-контента. Система управления контентом.	0	4	0	У-14	К _о	ОК-18
SEO – поисковая оптимизация.	0	4	0	У-14	К _о / защита лабораторной работы	ОК-18
Понятие и назначение блога. Блог-платформы, их характеристики. Блоггеры.	0	4	0	У-1,У-2	К _о	ОК-18
Понятие и виды интернет-порталов, их применение в бизнесе	0	4	0	У-1	К _о / защита лабораторной работы	ОК-18
Понятие, цель, этапы и методы продвижения web-сайтов.	0	4	0	У-1	К _о / защита лабораторной работы	ОК-18
Понятие, виды, структура и назначение форумов, их роль в бизнесе. Модераторы	0	4	0	У-14	К _о	ОК-18
Понятие электронного бизнеса и электронной коммерции.	0	4	0	У-1,У-4, У-5, У-6, У-7, У-8, У-9, У-10, У-11, У-	СР	ОК-18

				12, У-13		
Социальные сети их использование в бизнесе	0	4	0	У-3, У-14	К _о / защита лабораторной работы	ОК-18
	0	36	0			

1.3. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

В рамках изучения дисциплины «Интернет-технологии бизнеса» работа студентов организуется в следующих формах:

1. Работа с теоретическим материалом для самоподготовки и дополнительной литературой по темам курса.
2. Подготовка к лабораторной работе.
3. Выполнение групповых и индивидуальных домашних заданий, в том числе:
 - проведение собеседования по теме лекции;
 - подготовка краткого доклада (резюме, эссе) выбранной по теме и разработка мультимедийной презентации к нему;
 - подготовка к тестированию;
4. Самоконтроль.

Рекомендуемый ниже режим самостоятельной работы позволит студентам глубоко разобраться во всех изучаемых вопросах, активно участвовать в дискуссиях на семинарских занятиях и в конечном итоге успешно сдать зачет по дисциплине «Интернет-технологии бизнеса».

1. В связи с отсутствием лекционных занятий, теоретические вопросы выносятся за рамки занятий. Это предусмотрено учебным планом подготовки бакалавров. Изучение теоретических вопросов, выносимых за рамки занятий, предполагает самостоятельное изучение студентами дополнительной литературы и её конспектирование по этим вопросам.

4. В ходе *лабораторных работ* проводится разъяснение методологии проведения работы, уточнения междисциплинарных связей.

Подготовка к лабораторной работе предполагает большую самостоятельную работу и включает в себя:

- Знакомство с планом лабораторных работ и подбор материала к нему по указанным источникам (теоретический материал для самоподготовки, основная, справочная и дополнительная литература, электронные и Интернет-ресурсы).
- Запоминание подобранного по плану материала.

- Освоение терминов, перечисленных в глоссарии.
- Выполнение заданий преподавателя.

Задания, приведенные в планах занятий, выполняются всеми студентами в обязательном порядке.

5. *Выполнение групповых и индивидуальных домашних заданий* является обязательной формой самостоятельной работы студентов. По дисциплине «Интернет-технологии бизнеса» она предполагает подготовку индивидуальных или групповых (на усмотрение преподавателя) докладов (сообщений, рефератов, эссе, творческих заданий) в рамках 4-й контрольной точки и разработку мультимедийной презентации к ним.

Доклад - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Реферат - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее, приводит список используемых источников.

Эссе - средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Творческое задание - частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Преподаватель сам формирует задание или студенты имеют возможность самостоятельно выбрать одну из предполагаемых преподавателем тем и выступить на семинарском занятии. Доклад

(резюме, эссе и т.д.) как форма самостоятельной учебной деятельности студентов представляет собой рассуждение на определенную тему на основе обзора нескольких источников в целях доказательства или опровержения какого-либо тезиса. Информация источников используется для аргументации, иллюстрации и т.д. своих мыслей. Цель написания такого рассуждения не дублирование имеющейся литературы на эту тему, а подготовка студентов к проведению собственного научного исследования, к правильному оформлению его описания в соответствии с требованиями.

Работа студентов по подготовке доклада (сообщения, рефератов, эссе, творческих заданий) заключается в следующем:

- подбор научной литературы по выбранной теме;
- работа с литературой, отбор информации, которая соответствует теме и помогает доказать тезисы;
- анализ проблемы, фактов, явлений;
- систематизация и обобщение данных, формулировка выводов;
- оценка теоретического и практического значения рассматриваемой проблемы;
- аргументация своего мнения, оценок, выводов, предложений;
- выстраивание логики изложения;
- указание источников информации, авторов излагаемых точек зрения;
- правильное оформление работы (ссылки, список использованной литературы, рисунки, таблицы) по стандарту.

Самостоятельность студента при подготовке доклада (сообщение, эссе) проявляется в выборе темы, ракурса её рассмотрения, источников для раскрытия темы, тезисов, аргументов для их доказательства, конкретной информации из источников, способа структурирования и обобщения информации, структуры изложения, а также в обосновании выбора темы, в оценке её актуальности, практического и теоретического значения, в выводах.

Выступление с докладом (резюме, эссе) на семинаре не должно превышать 7-10 минут. После устного выступления автор отве-

чает на вопросы аудитории (студентов, преподавателя) по теме и содержанию своего выступления.

Цель и задачи данного вида самостоятельной работы студентов определяют требования, предъявляемые к докладу (резюме, эссе), и критерии его оценки:

- 1) логическая последовательность изложения;
- 2) аргументированность оценок и выводов, доказанность тезиса;
- 3) ясность и простота изложения мыслей (отсутствие многословия и излишнего наукообразия);
- 4) самостоятельность изложения материала источников;
- 5) корректное указание в тексте доклада источников информации, авторов проводимых точек зрения;
- 6) стилистическая правильность и выразительность (выбор языковых средств, соответствующих научному стилю речи);
- 7) уместное использование иллюстративных средств (цитат, сносок, рисунков, таблиц, слайдов).

Изложение материалов доклада может сопровождаться *мультимедийной презентацией*. Разработка мультимедийной презентации выполняется по требованию преподавателя или по желанию студента.

Презентация должна быть выполнена в программе Power Point и включать такое количество слайдов, какое необходимо для иллюстрирования материала доклада в полном объеме.

Основные методические требования, предъявляемые к презентации:

- логичность представления с согласованность текстового и визуального материала;
- соответствие содержания презентации выбранной теме и выбранного принципа изложения / рубрикации информации (хронологический, классификационный, функционально-целевой и др.);
- соразмерность (необходимая и достаточная пропорциональность) текста и визуального ряда на каждом слайде (не менее 50% - 50%, или на 10-20% более в сторону визуального ряда);
- комфортность восприятия с экрана (цвет фона; размер и четкость шрифта);

- эстетичность оформления (внутреннее единство используемых шаблонов предъявления информации; упорядоченность и выразительность графических и изобразительных элементов);

- допускается наличие анимационных и звуковых эффектов.

Оценка доклада (резюме, эссе) производится в рамках 12-балльного творческого рейтинга действующей в ЮЗГУ балльно-рейтинговой оценки успеваемости и качества знаний студентов. Итоговая оценка является суммой баллов, выставляемых преподавателем с учетом мнения других студентов по каждому из перечисленных выше методических требований к докладу и презентации.

По дисциплине «Интернет-технологии бизнеса» также формой самостоятельной работы студентов является *выполнение практических заданий (решения задач, выполнения расчетных и лабораторных работ, оформление отчетов о самостоятельной работе)*, содержание которых определяется содержанием учебно-методического пособия. Часть практических заданий может быть выполнена студентами на аудиторных практических (лабораторных) занятиях под руководством преподавателя. После того, как преподавателем объявлено, что рассмотрение данной темы на аудиторных занятиях завершено, студент переходит к самостоятельному выполнению практических заданий, пользуясь настоящим учебно-методическим пособием, конспектом лекций по соответствующей теме, записями, сделанными на практических занятиях, дополнительной литературой по теме. Все практические задания для самостоятельного выполнения студентами, приведенные в учебно-методическом пособии обязательны для выполнения в полном объеме.

Подготовка к тестированию предусматривает повторение теоретического материала и основных терминов, а также самостоятельное выполнение заданий в текстовой форме, приведенных в учебно-методическом пособии.

6. *Самоконтроль* является обязательным элементом самостоятельной работы студента по дисциплине «Интернет-технологии бизнеса». Он позволяет формировать умения самостоятельно контролировать и адекватно оценивать результаты своей учебной деятельности и на этой основе управлять процессом овладения зна-

ниями. Овладение умениями самоконтроля формирует навыки планирования учебного труда, способствует углублению внимания, памяти и выступает как важный фактор развития познавательных способностей.

Самоконтроль включает:

1. Ответ на вопросы для самоконтроля для самоанализа глубины и прочности знаний и умений по дисциплине.

2. Критическую оценку результатов своей познавательной деятельности.

Самоконтроль учит ценить свое время, позволяет вовремя заметить и исправлять свои ошибки.

Формы самоконтроля могут быть следующими:

- устный пересказ текста лекции и сравнение его с содержанием конспекта лекции;

- ответ на вопросы, приведенные к каждой теме (см. раздел 2 учебно-методического пособия);

- составление плана, тезисов, формулировок ключевых положений текста по памяти;

- ответы на вопросы и выполнение заданий для самопроверки (данное учебно-методическое пособие предполагает вопросы для самоконтроля по каждой изучаемой теме);

- самостоятельное тестирование по предложенным в учебно-методическом пособии тестовым заданиям.

Самоконтроль учебной деятельности позволяет студенту оценивать эффективность и рациональность применяемых методов и форм умственного труда, находить допускаемые недочеты и на этой основе проводить необходимую коррекцию своей познавательной деятельности.

При возникновении сложностей по усвоению программного материала необходимо посещать консультации по дисциплине, задавать уточняющие вопросы на лекциях и практических занятиях, уделять время самостоятельной подготовке (часы на самостоятельное изучение), осуществлять все формы самоконтроля.

1.4. Формы контроля знаний

1.4.1. Контроль изучения дисциплины

Таблица 2 – Паспорт комплекта оценочных средств

Предмет(ы) оценивания	Показатели и критерии оценки	Тип задания
<p>ОК-17 овладение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией;</p> <p>ОК-18 способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах;</p> <p>ПК-33 овладение средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления;</p> <p>ПК-34 овладение методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы;</p>	<p><i>Показатели:</i></p> <p>Перечислить и дать определение основным терминам дисциплины, объяснить взаимосвязь этих терминов;</p> <p>Охарактеризовать процесс получения бизнес-информации в сети «Интернет»;</p> <p>Описать критерии оптимизации сайта;</p> <p>Классифицировать платежные системы;</p> <p>Изучить методы сбора информации в сети «Интернет»;</p> <p>Усвоить оценку источников информации, способов получения информации и самой информации;</p> <p>Усвоить методы анализа информации, необходимой для бизнеса;</p> <p>Рассмотреть и изучить основные офисные пакеты прикладных программ (ППП), используемых для электронной поддержки бизнеса;</p> <p>Рассмотреть и изучить возможности социальных сетей для поддержки бизнеса;</p> <p>Усвоить принципы создания сайтов для поддержки бизнеса;</p> <p>Рассмотреть и изучить средства работы с информацией в глобальных компьютерных сетях, в том числе создание и оптимизация сайтов.</p> <p><i>Критерии:</i></p> <p>Перечислены и определены основные термины дисциплины, дано объяснение взаимосвязи этих терминов;</p> <p>Охарактеризован процесс получения бизнес-информации из сети «Интернет»;</p> <p>Описаны критерии поисковой оптимизации сайта;</p> <p>Классифицированы электронные платежные системы;</p> <p>Перечислены и описаны методы сбора информации в сети «Интернет»;</p> <p>Произведена оценка источников информации, способов получения информации и самой информации;</p>	<p>Лабораторные работы с пакетами прикладных программ, используемые в бизнесе;</p> <p>проведение автоматизированных деловых игр;</p> <p>применение тестовых технологий;</p> <p>выполнение отчета о самостоятельной работе (темы представлены в приложении А)</p>

	Проанализированы возможности социальных сетей для поддержки бизнеса; Произведена работа с контентом сайта; Создана и продемонстрирована с помощью соответствующих ППП презентация фирмы; При помощи web-браузера осуществлен поиск информации по семантическим признакам; При помощи готовых конструкторов сайтов создана демо-версия сайта фирмы;	
--	--	--

Таблица 3 – Контроль изучения дисциплины

Форма контроля	Минимальный балл		Максимальный балл	
	балл	примечание	балл	примечание
1 контрольная точка				
Лабораторная работа № 1	2	Выполнил, доля правильности выполнения задания менее 50 %	6	Выполнил, доля правильности выполнения задания более 50 %
Тестирование (тестовые задания) (тесты формируются в соответствии с материалом, для теоретической самоподготовки (тема 1,2,3)) <i>Тестовый материал представлен в Методических указаниях для самостоятельной работы по изучению дисциплины</i>	4	При тестировании доля правильных ответов менее 50 %	6	При тестировании доля правильных ответов более 50 %
Итого за 1 контрольную точку	6		12	
2 контрольная точка				
Лабораторная работа № 2	2	Выполнил, доля правильности выполнения задания менее 50 %	6	Выполнил, доля правильности выполнения задания более 50 %
Тестирование (тестовые задания) (тесты формируются в соответствии с материалом, для теоретической самоподготовки (тема 4,5,6)) <i>Тестовый материал представлен в Методических указаниях для самостоятельной работы по изучению дисциплины</i>	4	При тестировании доля правильных ответов менее 50 %	6	При тестировании доля правильных ответов более 50 %
Итого за 2 контрольную точку	6		12	

точку				
3 контрольная точка				
Лабораторная работа № 3	2	Выполнил, доля правильности выполнения задания менее 50 %	6	Выполнил, доля правильности выполнения задания более 50 %
Тестирование (тестовые задания) (тесты формируются в соответствии с материалом, для теоретической самоподготовки (тема 7-9)) <i>Тестовый материал представлен в Методических указаниях для самостоятельной работы по изучению дисциплины</i>	4	При тестировании доля правильных ответов менее 50 %	6	При тестировании доля правильных ответов более 50 %
Итого за 3 контрольную точку	6		12	
4 контрольная точка				
Лабораторная работа № 4	2	Выполнил, доля правильности выполнения задания менее 50 %	6	Выполнил, доля правильности выполнения задания более 50 %
Аналитическая работа (подготовка доклада, сообщения) (публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной темы) <i>Темы аналитических работ представлены в Методических указаниях для самостоятельной работы по изучению</i>	4	Выполнил, но «не защитил»	6	Выполнил и «защитил»
Итого за 4 контрольную точку	6		12	
Итоговое количество баллов (за контрольные точки, не включая посещаемость)	24		48	
Посещаемость	0	Не посещал занятий	16	Пропусков занятий не было
Форма контроля за семестр – зачет	0		36	
ИТОГО			100	

1.4.2. Итоговый (промежуточный) контроль

Форма промежуточного контроля по дисциплине:
2 семестр - зачет

Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Дайте характеристику понятия «Поисковая оптимизация». Назовите методы поисковой оптимизации.
2. Понятие web-сайта. Релевантность web-сайтов. Критерии оценки web-сайтов.
3. Рейтинг сайтов и причины его понижающие.
4. Понятие web-контента, рандомайзер, уникальный контент. Система управления контентом.
5. Понятие и назначение Блога. Блог-платформы, их характеристики. Блоггеры.
6. Понятие и виды Интернет-порталов. Их применение в бизнесе.
7. Понятие и назначение Копирайтинга.
8. Понятие, назначение и виды Web-браузеров, их роль для бизнеса.
9. Понятие, цель, этапы и методы продвижения web-сайтов
10. Понятие, виды, структура и назначение форумов, их роль в бизнесе. Модераторы.
11. Понятие и особенности официального сайта организации
12. Понятие, классификация и характеристики Платежных Интернет-систем. Примеры Платежных Интернет-систем
13. Понятие, особенности и способы использования электронных денег
14. Понятие Электронного бизнеса и Электронной коммерции. Сравнительная характеристика этих понятий.
15. Составляющие электронной коммерции и выгоды от нее для предприятия, потребителя и общества.
16. Понятие электронной экономики.
17. Социальные сети их использование в бизнесе.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лекционные и практические занятия не предусмотрены.

Содержание лабораторного практикума

№	Наименование лабораторного занятия	Компетенции	Объем, час.
1	Лабораторная работа 1. Использование презентационных технологий в бизнесе	ОК-18, ОК-17, ПК-33	4
2	Контрольная точка №1. Тест №1	ОК-18, ОК-17, ПК-33	2
3	Лабораторная работа 2. Создание сайта для продвижения фирмы (набор и обоснование модулей)	ОК-18, ОК-17, ПК-34	6
4	Контрольная точка №2. Тест №2	ОК-18, ОК-17, ПК-34	2
5	Лабораторная работа 3. Выбор источников и основного содержания Интернет-контента. Наполнение сайта уникальным контентом.	ОК-18, ОК-17, ПК-34	4
6	Контрольная точка №3. Тест №3	ОК-18, ОК-17, ПК-34	2
7	Лабораторная работа 4. Поисковая оптимизация	ОК-18, ОК-17, ПК-33	6
8	Лабораторная работа 5. Поддержка бизнеса при помощи социальных сетей	ОК-18, ОК-17, ПК-33	6
9	Контрольная точка №4. Итоговая презентация сквозного лабораторного практикума	ОК-18, ОК-17, ПК-34	4
ИТОГО			36

Задание на сквозной лабораторный практикум

Лабораторная работа №1

Выбрать направления бизнеса. Создать текстовое описание вновь создаваемой или существующей фирмы в Microsoft Word.

Подготовить презентацию в Microsoft Power Point:

- 1.1. Название фирмы.
- 1.2. Слоган, девиз.
- 1.3. История создания.
- 1.4. Кадровый состав (схема).
- 1.5. Ассортимент и цены (таблица).
- 1.6. Объемы производства или продаж (диаграмма).

1.7. Рекламные материалы (картинки).

Лабораторная работа №2

Создание сайта для продвижения фирмы (набор и обоснование модулей)

1. Создать сайт для продвижения вышеописанной фирмы (с помощью хостинга wix.com: набор модулей: главная, фото, опросы, блог)
2. выбрать необходимые модули, обосновать выбор.

Лабораторная работа №3

Выбор источников и основного содержания Интернет-контента

1. Выбрать источники и основное содержание Интернет-контента созданного сайта. Создать уникальный контент.
2. Наполнить сайт необходимой информацией, соответствующей выбранному бизнесу.
3. Выбрать методы наполнения сайта.

Лабораторная работа №4

1. Провести поисковую оптимизацию созданного сайта.
2. Проверить сайт по критериям поисковой оптимизации.
3. Оценить релевантность сайта, оценить «тошноту» контента.

Лабораторная работа №5

Поддержка бизнеса при помощи социальных сетей

1. Выбрать социальную сеть, создать «группу» и «подписку» для поддержки бизнеса, сгенерированного в ходе лабораторной работы №1;
2. Создать «целевую аудиторию», рекламные материалы на основе интернет-платформы, выбранной социальной сети.

Тестовые задания

Контрольная точка 1

1. Выберите правильный ответ. **Поисковая оптимизация** – это
 - а) комплекс мер по защите сайта от внешних угроз;
 - б) комплекс мер по повышению уровня эргономичности сайта;
 - в) комплекс мер по оптимизации уровня читабельности и наглядности сайта
 - г) комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей.

2. Выберите правильный ответ. **Релевантность сайта** – это
 - а) степень соответствия введённому запросу;
 - б) степень доступности информации пользователю;
 - в) степень адаптации интерфейса сайта подготовке пользователей;
 - г) степень оптимизации параметров сайта.

3. Из представленных ниже категорий, выберите **параметры характерные только для оценки сайтов**:
 - а) наглядность контента сайта;
 - б) плотность ключевых слов сайта;
 - в) дружелюбность интерфейса сайта;
 - г) индекс цитирования сайта.

4. Из представленных ниже категорий, выберите **методы внешней поисковой оптимизации сайтов**:
 - а) размещение статей;
 - б) обмен ссылками;
 - в) регистрация в самостоятельных каталогах;
 - г) все вышеперечисленное.

5. Из представленных ниже категорий, выберите **факторы, понижающие рейтинг сайта**:
 - а) не уникальный контент
 - б) короткие URL
 - в) избыточное число внешних ссылок
 - г) графическая навигация

6. Выберите правильный ответ. **Методы оптимизации бывают**:
 - а) агентурными, техническими, легальными;
 - б) красными, зелеными, синими;

- в) черными, белыми, серыми;
- г) автоматизированными, автоматическими, ручными.

7. Выберите правильный ответ. **Контент – это**

- а) любое информационное наполнение ресурса;
- б) информация, несущая познавательную смысловую нагрузку;
- в) информация, раскрывающая специфику сайта;
- г) описание назначения сайта.

8. Выберите правильный ответ. **Рандомайзер – это**

- а) оптимизированный контент;
- б) контент сгенерированных с помощью различных программ;
- в) контент вручную подготовленный под SEO;
- г) среди вышеперечисленных нет ни одного правильного ответа.

9. Выберите правильный ответ. **Система управления контентом – это**

- а) программа, которая структурирует все содержащиеся на сайте данные, а также обеспечивает более широкие возможности при создании, редактировании и управлении любыми документами, будь то текстовые файлы или мультимедиа;
- б) программа, которая распределяет и оптимизирует мультимедиа-ресурсы сайта и управляет интерфейсом сайта с целью повышения степени его дружелюбности;
- в) программа, которая распределяет и оптимизирует гипертекст, являющийся частью контента сайта;
- г) все вышеперечисленное.

10. Выберите правильный ответ. **Блог – это**

- а) открытый форум;
- б) электронный дневник;
- в) специальный сайт;
- г) среди вышеперечисленных нет ни одного правильного ответа.

11. Выберите правильный ответ. **Блог может использоваться:**

- а) только в личных целях;
- б) и в личных, и в коммерческих целях;
- в) только в коммерческих целях;
- г) только в целях выражения общественного мнения.

12. Из ниже перечисленных категорий выберите **блог-платформы:**

- а) Живой журнал;
- б) Diary.ru;
- в) Business Studio;

г) VPwin.

13. Выберите правильный ответ. **Интернет-портал – это**

- а) интернет-сайт, который содержит большое число ссылок на другие сайты Интернета.
- б) любой интернет-сайт, содержащий ссылки;
- в) интернет-сайт, содержащий информацию специального назначения;
- г) среди вышеперечисленных нет ни одного правильного ответа.

14. Выберите правильный ответ. **Интернет-порталы бывают:**

- а) простыми и сложными;
- б) одноранговыми и многоуровневыми;
- в) горизонтальными и вертикальными;
- г) черными и белыми.

15. Выберите правильный ответ. **Веб-сайт – это**

- а) это совокупность документов частного лица или организации, объединённая в компьютерной сети под одним адресом;
- б) это место представления веб-контента, объединённого общими смысловыми критериями, находящееся в компьютерной сети и имеющее конкретный адрес;
- в) совокупность информации о конкретном товаре, услуге, событии или бренде, выложенная в компьютерную сеть. Содержит исчерпывающую информацию о рекламируемом объекте, о проводимых рекламных акциях, конкурсах, викторинах;
- г) подробная визитная карточка организации, выложенная в компьютерную сеть, которая содержит сведения о владельце, такие как вид деятельности, прайс-лист, история создания, контактные данные.

16. Выберите правильный ответ. **Форум – это**

- а) это личный сайт пользователя, состоит из регулярно обновляемых записей, изображений;
- б) это ресурс для общения посетителей веб-сайта, предполагающий возможность общаться только в реальном времени;
- в) это ресурс для общения посетителей веб-сайта, предполагающий разделение тем и возможность общаться не в реальном времени;
- г) интернет ресурс, на котором организованы он-лайн-игры.

17. Выберите правильный ответ. **Дорвей – это**

- а) страница и ресурс, созданные специально для роботов поисковых систем, зачастую с большим количеством ключевых слов на странице;

- б) прием, при котором пользователю отдаётся одна страница, легко читаемая, а поисковому роботу – другая, оптимизированная под какие-либо запросы;
- в) прием, при котором предполагается использование скрытого текста на страницах сайта, использование «однопиксельных ссылок»;
- г) страница и ресурс, созданные и оптимизированные специально для работы с неподготовленными пользователями сети.

18. Выберите правильный ответ. **Google – это**

- а) интернет-портал, принадлежащий корпорации Google Inc;
- б) владелец корпорации Google Inc;
- в) крупнейший сайт, принадлежащий корпорации Google Inc;
- г) крупнейшая поисковая система, принадлежащая корпорации Google Inc.

19. Выберите правильный ответ. **Прием, предполагающий добавление большого количества ключевых слов в текст страницы, относится к:**

- а) серой поисковой оптимизации;
- б) красной поисковой оптимизации;
- в) технической поисковой оптимизации;
- г) ручной поисковой оптимизации.

20. Выберите правильный ответ. **Пресс-релизы относятся к:**

- а) методам внешней поисковой оптимизации;
- б) методам внутренней поисковой оптимизации;
- в) все вышеперечисленное;
- г) среди вышеперечисленных нет ни одного правильного ответа.

21. Выберите правильный ответ. **Порталы-ниши относятся к:**

- а) вертикальным интернет-порталам;
- б) черным интернет-порталам;
- в) многоуровневым интернет-порталам;
- г) сложным интернет-порталам.

22. Выберите правильный ответ. **Корпоративные порталы – это**

- а) это веб-сайты, которые предназначены для внутреннего пользования сотрудниками какой-либо компании;
- б) это веб-сайты, которые направлены на какую-то определенную тематику или сферу деятельности и представляют интерес для пользователей сети по определенным направлениям;
- в) это веб-сайты, которые обеспечивают информационное обслуживание пользователей в определенном направлении (новости, законодательство, об-

разование). Обновление информации на них происходит в реальном времени;

г) это веб-сайты, которые предназначены для размещения коммерческой информации для потребителей и партнеров конкретной организации.

23. Выберите правильный ответ. **Интернет-магазин** – это

а) сайт, сайт о конкретном товаре, услуге, событии или бренде;

б) сайт, предназначенный для размещения коммерческой информации для потребителей и партнеров конкретной организации;

в) сайт, содержащий только каталог продукции, с помощью которого можно заказать необходимые товары.

г) сайт, позволяющий организовать процесс торговли подобно реальному магазину.

24. Выберите правильный ответ. **Универсальные порталы относятся к :**

а) простым интернет-порталам;

б) одноранговым интернет-порталам;

в) горизонтальным интернет-порталам;

г) белым интернет-порталам.

25. Выберите правильный ответ. **Термин «Тошнота в тексте» означает:**

а) это процент ошибок, допущенных в контенте;

б) это процент сленга в тексте;

в) это процент «неестественности» текста для поисковых машин;

г) это процент ключевых слов в тексте, предназначенных для поисковых машин.

26. Выберите правильный ответ. **Копирайтинг** – это

а) профессиональная деятельность по написанию рекламных и презентационных текстов;

б) профессиональная деятельность по созданию универсальных или специализированных сайтов;

в) деятельность, направленная на промышленный шпионаж с целью получения конфиденциальной информации;

г) среди вышеперечисленных нет ни одного правильного ответа.

27. Выберите правильный ответ. **Блоггер** – это

а) человек, ведущий блог;

б) человек, ведущие активную переписку в компьютерной сети со знаменитостями;

в) люди, создающие сайты;

г) система управления содержимым блога.

28. Выберите правильный ответ. **Термин «сетевой журнал» – это аналог термина**

- а) блог;
- б) сайт;
- в) интернет-портал;
- г) форум.

29. Выберите правильный ответ. **Тимоти Джон Бернерс-Ли – это**

- а) создатель всемирной паутины;
- б) автор концепции семантической паутины;
- в) глава Консорциума всемирной паутины
- г) все вышеперечисленное.

30. Выберите правильный ответ. **Уникальный контент – это**

- а) контент на эксклюзивную тему, созданный автором конкретного сайта;
- б) контент, не имеющий аналогов на сайтах похожей тематики;
- в) контент, размещаемый на сайте с разрешения правообладателя, охраняется законом об авторских правах;
- г) все вышеперечисленное.

Контрольная точка 2

1. Выберите правильный ответ. **Web-браузер – это**

- а) программное обеспечение для поиска информации по сему миру;
- б) программное обеспечение для просмотра веб-сайтов, то есть для запроса веб-страниц, их обработки, вывода и перехода от одной страницы к другой;
- в) программное обеспечение для продвижения бизнеса и размещения рекламы;
- г) программное обеспечение для обработки, вывода информации на экран дисплея.

2. Из представленных ниже категорий, выберите **Web-браузеры:**

- а) Mozilla Firefox;
- б) Google Chrome;
- в) Yandex;
- г) Rambler.

3. Выберите правильный ответ. **Главная цель продвижения сайта:**

- а) обеспечить фирме – владельцу сайта – максимальную прибыль;
- б) создать благоприятный имидж фирме – владельцу сайта;
- в) создать дополнительные конкурентные преимущества фирме – владельцу сайта;
- г) привлечь целевых посетителей, которые впоследствии могут стать клиентами фирмы.

4. Выберите правильный ответ. **Начальным этапом в продвижении сайта является**

- а) оптимизация сайта;
- б) оформление сайта;
- в) формирование сайта;
- г) среди вышеперечисленных нет правильного ответа.

5. Выберите правильный ответ. **Продвижение сайта - это**

- а) комплекс мер, направленный на максимизацию дохода фирмы – владельца сайта;
- б) комплекс мер, направленный на усиление степени наглядности и эффективности рекламы на сайте;
- в) комплекс мер, направленный на увеличения числа посетителей на сайте, это оправдывает ожидания и финансовые вложения;
- г) среди вышеперечисленных нет правильного ответа.

6. Выберите правильный ответ. **Форум – это**

- а) класс веб-приложений для организации общения посетителей веб-сайта;
- б) база данных организации;
- в) программное обеспечение для организации обмена информацией;
- г) класс веб-приложений, осуществляющих информационную поддержку.

7. Выберите правильный ответ. **Самая распространённая иерархия веб-форума предполагает:**

- а) Разделы → темы → сообщения;
- б) Автор → данные → тема;
- в) Тема → автор → сообщения;
- г) все вышеперечисленное.

8. Выберите правильный ответ. **Модератор – это**

- а) участники, создававшие форум и имеющие права администратора;
- б) участники, наделённые возможностью редактировать информацию форума (сайта);
- в) участники, наделённые возможностью редактировать, перемещать и удалять чужие сообщения в определённом разделе или теме, а также контролировать к ним доступ отдельных зарегистрированных участников, иногда и незарегистрированных, - гостей;
- г) участники, наделённые возможностью контролировать доступ на форум (сайт) отдельных зарегистрированных участников.

9. Выберите правильный ответ. **Форумы бывают**

- а) открытые и закрытые;
- б) вертикальные и горизонтальные;
- в) черные и белые;
- г) простые и сложные.

10. Выберите правильный ответ. **Профиль пользователя – это**

- а) страница со сведениями о конкретном участнике;
- б) совокупность графических и текстовых данных;
- в) страница персональной рекламы;
- г) среди вышеперечисленных нет ни одного правильного ответа.

11. Выберите правильный ответ. **Форум отличается от чата**

- а) содержанием тем обсуждения;
- б) разделением обсуждаемых тем и возможностью общения не в реальном времени;
- в) структурой построения тем;
- г) среди вышеперечисленных нет ни одного правильного ответа.

12. Из представленных ниже категорий, выберите **способы использования форумов**

- а) для разного рода консультаций;
- б) в работе служб технической поддержки;
- в) для тематического общения;
- г) для общения в реальном времени.

13. Выберите правильный ответ. **Официальный сайт организации – это сайт**

- а) для публикации ассортиментных позиций организации;
- б) для размещения рекламы;
- в) для интернет-конференций;
- г) для публикации всех новостей и сообщений, которые организация хочет донести до общественности.

14. Выберите правильный ответ. **Отличие официального сайта от любого другого заключается**

- а) цитируемая с такого сайта информация – это достоверно известный факт, отражающий суть происходящего;
- б) на таком сайте наиболее полно представлена информация об организации;
- в) в его официальном статусе;
- г) все вышеперечисленные ответы верны.

15. Выберите правильный ответ. **Платежная Интернет-система – это**

- а) интернет-магазин;
- б) система расчётов между финансовыми организациями, бизнес-организациями и Интернет-пользователями при покупке-продаже товаров и за различные услуги через Интернет;
- в) система электронных расчётов между банками и организациями;
- г) среди вышеперечисленных нет ни одного правильного ответа.

16. Выберите правильный ответ. **Платежные Интернет-системы схеме оплаты делятся на:**

- а) активные и пассивные;

- б) дебетовые и кредитовые;
 - в) долгосрочные и краткосрочные;
 - г) все вышеперечисленные ответы верны.
17. Выберите правильный ответ. **Платежные Интернет-системы работающие с электронными чеками и цифровой наличностью называются**
- а) активные;
 - б) дебетовые;
 - в) долгосрочные;
 - г) среди вышеперечисленных нет ни одного правильного ответа.
18. Из представленных ниже категорий, выберите **этапы платежа с помощью цифровых денег:**
- а) обмен реальных денег на электронные;
 - б) перечисление на сервер продавца электронных денег за покупку;
 - в) деньги предъявляются эмитенту, который проверяет их подлинность;
 - г) эмиссия электронных наличных банком.
19. Выберите правильный ответ. **Электронные деньги – это**
- а) системы расчётов между финансовыми организациями, бизнес-организациями и интернет-пользователями при покупке-продаже товаров и за различные услуги через интернет;
 - б) платежные средства, представленные интернет-магазинами;
 - в) платежные средства, представленные и обращаемые в электронном виде, хранящиеся в виде записей в специализированных платежных системах интернета и находящиеся в распоряжении пользователя;
 - г) среди вышеперечисленных нет ни одного правильного ответа.
20. Из представленных ниже категорий, выберите **платежные интернет-системы:**
- а) DFD;
 - б) E-gold;
 - в) PayPal;
 - г) WebMoney.

Контрольная точка 3

1. Выберите правильный ответ. **Электронный бизнес – это**
- а) торговые операции через глобальные компьютерные сети;
 - б) бизнес-модель, использующая электронные средства связи;
 - в) продажа программных средств и других ИТ-продуктов;
 - г) бизнес-модель, в которой бизнес-процессы, обмен бизнес информацией и коммерческие транзакции автоматизируются с помощью информационных систем.
2. Из представленных ниже категорий, выберите **виды электронной коммерции:**

- а) потребитель-потребитель;
- б) партнер-поставщик;
- в) бизнес-потребитель;
- г) бизнес-бизнес.

3. Сравните следующие категории и выберите правильный вариант. **Электронная коммерция и электронный бизнес:**

- а) это одно и то же;
- б) электронный бизнес часть электронной коммерции;
- в) электронная коммерция часть электронного бизнеса;
- г) среди перечисленных нет правильного ответа.

4. Выберите правильный ответ. **Электронная коммерция – это**

- а) бизнес-модель, в которой бизнес-процессы, обмен бизнес информацией и коммерческие транзакции автоматизируются с помощью информационных систем;
- б) сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций;
- в) сфера торговли виртуальным товаром в глобальных компьютерных сетях;
- г) среди перечисленных нет правильного ответа.

5. Из представленных ниже категорий, выберите то, **что относится к электронной коммерции:**

- а) электронный обмен информацией;
- б) электронное движение капитала;
- в) электронную торговлю;
- г) все вышеперечисленное.

6. Сопоставьте нижеперечисленные выгоды от электронной коммерции с данными категориями: **1. выгоды для предприятия; 2. выгоды для потребителя; 3. выгоды для общества:**

- а) сокращение издержек;
- б) большой выбор товаров и услуг;
- в) повышение уровня жизни;
- г) оперативная доставка.

7. Выберите правильный ответ. **Электронная экономика – это**

- а) это экономика, функционирующая на электронных товарах и сервисах, производимых электронным бизнесом и электронной коммерцией;
- б) отрасль экономики, отвечающая за оборот ИТ-продукции;
- в) электронная коммерция;
- г) среди вышеперечисленных нет правильного ответа.

8. Сравните следующие категории и выберите правильный вариант. **Электронная экономика и сетевая экономика**

- а) это одно и то же;

- б) электронная экономика это часть сетевой экономики;
- в) сетевая экономика это часть электронной экономики;
- г) среди вышеперечисленных нет правильного ответа.

9. Выберите правильный ответ. **Электронные платежные средства – это**

- а) электронные платежи в платежных системах;
- б) денежные обязательства, отражающиеся на электронных счетах организации;
- в) денежные обязательства эмитента в электронном виде, которые находятся на электронном носителе в распоряжении пользователя;
- г) среди вышеперечисленных нет правильного ответа.

10. Из нижеперечисленных категорий **выберите критерии, которым должны соответствовать электронные деньги:**

- а) принимаются, как средство платежа другими (помимо эмитента) организациями;
- б) выпускаются эмитентом при получении от иных лиц денежных средств в объеме не меньшем, чем эмитированная денежная стоимость;
- в) отражаются на электронных счетах;
- г) фиксируются и хранятся на электронном носителе.

11. Выберите правильный ответ. Социальная сеть – это

- а) программное обеспечение для просмотра веб-сайтов, то есть для запроса веб-страниц, их обработки, вывода и перехода от одной страницы к другой;
- б) онлайн-сервис для передачи новостей и сообщений;
- в) веб-сайт для личных записей;
- г) платформа, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений.

12. Из представленных ниже категорий, выберите **виды социальных сетей:**

- а) социальные каталоги;
- б) социальные закладки;
- в) социальные библиотеки;
- г) социальные отделы.

13. Выберите правильный ответ. **Социальные закладки – это**

- а) сервис веб-сайтов, позволяющий пользователям предоставлять в распоряжение других список закладок или популярных веб-сайтов;
- б) сервис веб-сайтов, позволяющий фиксировать понравившиеся сайты;
- в) сервис веб-сайтов, позволяющий формировать собственную структуру заметок и комментариев;
- г) нет такого сервиса.

14. Выберите правильный ответ. **Социальные каталоги – это**

- а) сервис веб-сайтов, позволяющий фиксировать понравившиеся сайты;
- б) сервис веб-сайтов, ориентированный на использование в академической сфере, позволяя пользователям работать с базами данных цитат из научных статей;

в) приложения, позволяющие посетителям оставлять ссылки на их коллекции, книги, аудиозаписи и т. п., доступные другим;

г) нет такого сервиса.

15. Выберите правильный ответ. **Социальные библиотеки – это**

а) сервис веб-сайтов, ориентированный на использование в академической сфере, позволяя пользователям работать с базами данных цитат из научных статей;

б) приложения, позволяющие посетителям оставлять ссылки на их коллекции, книги, аудиозаписи и т. п., доступные другим;

в) сервис веб-сайтов, позволяющий формировать собственную структуру заметок и комментариев;

г) нет такого сервиса.

16. Выберите правильный ответ. **Социальные отделы – это**

а) сервис веб-сайтов, позволяющий формировать собственную структуру заметок и комментариев;

б) приложения, позволяющие посетителям оставлять ссылки на их коллекции, книги, аудиозаписи и т. п., доступные другим;

в) сервис веб-сайтов, позволяющий пользователям предоставлять в распоряжение других список закладок или популярных веб-сайтов;

г) нет такого сервиса.

17. Выберите правильный ответ. **Геосоциальные сети – это**

а) сети, позволяющие пользователям объединяться в он-лайн режиме вокруг общих для них интересов, увлечений или по различным поводам;

б) сети, позволяющие налаживать социальные связи на основании физического положения пользователя;

в) сети для общения на профессиональные темы, обмена опытом и информацией, поиска и предложения вакансий, развития деловых связей;

г) среди вышеперечисленных нет правильного ответа.

18. Из представленных ниже категорий, **выберите компании, проявляющие наибольший интерес к социальным сетям с целью рекламы:**

а) потребительские товары;

б) производители спиртных напитков;

в) автопроизводители;

г) все вышеперечисленные ответы правильные.

19. Выберите правильный ответ. **Коммерческие социальные сети – это**

а) сети, ориентированы на поддержку бизнес-транзакций и формирование доверия людей к брендам на основе учёта их мнений о продукте, о том как сделать его лучше, тем самым позволяя потребителям участвовать в продвижении продукта и расширяя их осведомленность;

б) сети, позволяющие пользователям объединяться в он-лайн режиме вокруг общих для них интересов, увлечений или по различным поводам;

в) сети для общения на профессиональные темы, обмена опытом и информацией, поиска и предложения вакансий, развития деловых связей;

г) все вышеперечисленные ответы правильные.

20. Выберите правильный ответ. **Социальное программное обеспечение – это**

а) это широкий диапазон программных систем, позволяющих пользователям взаимодействовать и обмениваться данными;

б) это инструменты в компьютерных сетях, применяющиеся для записи, хранения и представления коммуникационных данных, чаще всего в текстовом виде, но все больше в аудио- и видеоформатах;

в) это средства, применяющиеся для поддержки опосредованного данными (различных медиаформатов) взаимодействия между отдельными пользователями и их группами;

г) это программные средства, позволяющие одновременно нескольким пользователям общаться в режиме реального времени.

Контрольная точка 4

1. Выберите правильный ответ. **Поисковая оптимизация – это**

а) комплекс мер по защите сайта от внешних угроз;

б) комплекс мер по повышению уровня эргономичности сайта;

в) комплекс мер по оптимизации уровня читабельности и наглядности сайта

г) комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей.

2. Выберите правильный ответ. **Релевантность сайта – это**

а) степень соответствия введённому запросу;

б) степень доступности информации пользователю;

в) степень адаптации интерфейса сайта подготовке пользователей;

г) степень оптимизации параметров сайта.

3. Сравните следующие категории и выберите правильный вариант. **Электронная коммерция и электронный бизнес:**

а) это одно и то же;

б) электронный бизнес часть электронной коммерции;

в) электронная коммерция часть электронного бизнеса;

г) среди перечисленных нет правильного ответа.

4. Выберите правильный ответ. **Электронная коммерция – это**

а) бизнес-модель, в которой бизнес-процессы, обмен бизнес информацией и коммерческие транзакции автоматизируются с помощью информационных систем;

б) сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций;

в) сфера торговли виртуальным товаром в глобальных компьютерных сетях;

г) среди перечисленных нет правильного ответа.

5. Из представленных ниже категорий, выберите то, **что относится к электронной коммерции:**

- а) электронный обмен информацией;
- б) электронное движение капитала;
- в) электронную торговлю;
- г) все вышеперечисленное.

6. Выберите правильный ответ. **Форум – это**

- а) класс веб-приложений для организации общения посетителей веб-сайта;
- б) база данных организации;
- в) программное обеспечение для организации обмена информацией;
- г) класс веб-приложений, осуществляющих информационную поддержку.

7. Выберите правильный ответ. **Самая распространённая иерархия веб-форума предполагает:**

- а) Разделы → темы → сообщения;
- б) Автор → данные → тема;
- в) Тема → автор → сообщения;
- г) все вышеперечисленное.

8. Выберите правильный ответ. **Модератор – это**

- а) участники, создававшие форум и имеющие права администратора;
- б) участники, наделённые возможностью редактировать информацию форума (сайта);
- в) участники, наделённые возможностью редактировать, перемещать и удалять чужие сообщения в определённом разделе или теме, а также контролировать к ним доступ отдельных зарегистрированных участников, иногда и незарегистрированных, - гостей;
- г) участники, наделённые возможностью контролировать доступ на форум (сайт) отдельных зарегистрированных участников.

9. Выберите правильный ответ. **Система управления контентом – это**

- а) программа, которая структурирует все содержащиеся на сайте данные, а также обеспечивает более широкие возможности при создании, редактировании и управлении любыми документами, будь то текстовые файлы или мультимедиа;
- б) программа, которая распределяет и оптимизирует мультимедиа-ресурсы сайта и управляет интерфейсам сайта с целью повышения степени его дружелюбности;
- в) программа, которая распределяет и оптимизирует гипертекст, являющийся частью контента сайта;
- г) все вышеперечисленное.

10. Выберите правильный ответ. **Блог – это**

- а) открытый форум;

- б) электронный дневник;
- в) специальный сайт;
- г) среди вышеперечисленных нет ни одного правильного ответа.

11. Выберите правильный ответ. **Блог может использоваться:**

- а) только в личных целях;
- б) и в личных, и в коммерческих целях;
- в) только в коммерческих целях;
- г) только в целях выражения общественного мнения.

12. Из представленных ниже категорий, выберите **способы использования форумов**

- а) для разного рода консультаций;
- б) в работе служб технической поддержки;
- в) для тематического общения;
- г) для общения в реальном времени.

13. Выберите правильный ответ. **Официальный сайт организации – это сайт**

- а) для публикации ассортиментных позиций организации;
- б) для размещения рекламы;
- в) для интернет-конференций;
- г) для публикации всех новостей и сообщений, которые организация хочет донести до общественности.

14. Выберите правильный ответ. **Отличие официального сайта от любого другого заключается**

- а) цитируемая с такого сайта информация – это достоверно известный факт, отражающий суть происходящего;
- б) на таком сайте наиболее полно представлена информация об организации;
- в) в его официальном статусе;
- г) все вышеперечисленные ответы верны.

15. Выберите правильный ответ. **Социальные библиотеки – это**

- а) сервис веб-сайтов, ориентированный на использование в академической сфере, позволяя пользователям работать с базами данных цитат из научных статей;
- б) приложения, позволяющие посетителям оставлять ссылки на их коллекции, книги, аудиозаписи и т. п., доступные другим;
- в) сервис веб-сайтов, позволяющий формировать собственную структуру заметок и комментариев;
- г) нет такого сервиса.

16. Выберите правильный ответ. **Социальные отделы – это**

- а) сервис веб-сайтов, позволяющий формировать собственную структуру заметок и комментариев;

- б) приложения, позволяющие посетителям оставлять ссылки на их коллекции, книги, аудиозаписи и т. п., доступные другим;
- в) сервис веб-сайтов, позволяющий пользователям предоставлять в распоряжение других список закладок или популярных веб-сайтов;
- г) нет такого сервиса.

17. Выберите правильный ответ. **Геосоциальные сети – это**

- а) сети, позволяющие пользователям объединяться в он-лайн режиме вокруг общих для них интересов, увлечений или по различным поводам;
- б) сети, позволяющие налаживать социальные связи на основании физического положения пользователя;
- в) сети для общения на профессиональные темы, обмена опытом и информацией, поиска и предложения вакансий, развития деловых связей;
- г) среди вышеперечисленных нет правильного ответа.

18. Выберите правильный ответ. **Google – это**

- а) интернет-портал, принадлежащий корпорации Google Inc;
- б) владелец корпорации Google Inc;
- в) крупнейший сайт, принадлежащий корпорации Google Inc;
- г) крупнейшая поисковая система, принадлежащая корпорации Google Inc.

19. Выберите правильный ответ. **Прием, предполагающий добавление большого количества ключевых слов в текст страницы, относится к:**

- а) серой поисковой оптимизации;
- б) красной поисковой оптимизации;
- в) технической поисковой оптимизации;
- г) ручной поисковой оптимизации.

20. Выберите правильный ответ. **Пресс-релизы относятся к:**

- а) методам внешней поисковой оптимизации;
- б) методам внутренней поисковой оптимизации;
- в) все вышеперечисленное;
- г) среди вышеперечисленных нет ни одного правильного ответа.

Самостоятельная работа студентов

Таблица 5 – Самостоятельная работа студентов

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы) дисциплины	Срок выполнения	Время, затрачиваемое на выполнение СРС, час.
1	При подготовке к первой контрольной точке (тест 1) изучить темы 1. Понятие и релеванность web-сайтов. Критерии оценки web-сайтов. 2. Понятие web-контента. Система управления контентом. 3. SEO – поисковая оптимизация. 4. Понятие и назначение блога.	4 неделя	3

	Блог-платформы, их характеристики. Блоггеры. 5. Понятие и виды интернет-порталов, их применение в бизнесе		
3	При подготовке ко второй контрольной точке (тест 2) изучить темы 5. Понятие и виды интернет-порталов, их применение в бизнесе. 6. Понятие, цель, этапы и методы продвижения web-сайтов. 7. Понятие, виды, структура и назначение форумов, их роль в бизнесе. Модераторы	8 неделя	3
4	При подготовке к третьей контрольной точке (тест 3) изучить темы 8. Понятие электронного бизнеса и электронной коммерции. 9. Социальные сети их использование в бизнесе	10 неделя	3
6	При подготовке к итоговой защите сквозного лабораторного практикума изучить темы с 1-ой по 9-ю	12 неделя	3
7	Отчет по проведенной аналитической работе по выбранной тематике	14 неделя	24
ИТОГО			36

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Основная и дополнительная литература

Основная литература

1. Интернет-маркетинг : учебное пособие для бакалавров и магистров, обучающихся по направлениям 38.03.01 "Экономика", 27.03.05 "Инноватика", 38.03.02 "Менеджмент", 38.04.08 "Финансы и кредит" / Е. А. Алпеева, Е. В. Желтовских ; Юго-Зап. гос. ун-т. - Курск : ЮЗГУ, 2019. - 100 с.

2. Основы бизнес-информатики и информационного обеспечения менеджмента : [Электронный ресурс] : учебное пособие : [для студентов бакалавриата и магистратуры, обуч. по направлениям "Экономика" и "Менеджмент", аспирантов профиля 38.06.01 "Экономика"] / Ю. В. Вертакова [и др.] ; Юго-Зап. гос. ун-т. - Электрон. текстовые дан. (3 032 КБ). - Курск : ЮЗГУ, 2016. - 123 с.

Дополнительная литература

1. Гущин, А. Н. Информационные технологии в управлении [Текст] / А. Н. Гущин. - 2-е изд., перераб. и доп. - Екатеринбург : б.и., 2011. - 109 с.

2. Информационные системы и технологии управления [Текст] / под ред. проф. Г. А. Титоренко. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 591 с. - (Золотой фонд российских учебников).

3. Информационные системы и технологии в экономике и управлении [Текст] : учебник / под ред. проф. В. В. Трофимова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2011. - 521 с. - (Основы наук)

4. Информационные технологии [Текст] : учебник / под ред. В. В. Трофимова. - М. : Юрайт, 2011. - 624 с. - (Основы наук).

5. Исаев, Г. Н. Информационные системы в экономике [Текст] : учебник / Г. Н. Исаев. - 4-е изд., стер. - М. : ОМЕГА-Л, 2011. - 462 с. : ил.табл. - (Высшее экономическое образование).

6. Кужелева, С.А. Мировые информационные ресурсы / С.А. Кужелева: учебное пособие. М: Курск : ЮЗГУ, 2010. - 87 с.

7. Радомский, В. М. Информационные системы и технологии в изобретательской деятельности и рекламе [Текст] / В. М. Радомский. М: Самара : Самарский государственный архитектурно-строительный университет, 2012. - 148 с.

8. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.paysystem.biz/>

9. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.webmoney.ru>

10. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.money.yandex.ru>

11. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.assist.ru>

12. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cyberplat.ru>

13. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.e-port.ru>

14. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.paybot.com/defaultrus.asp>

- | | |
|--|----------------|
| 15. [Электронный ресурс].
http://www.kreditpilot.ru | Режим доступа: |
| 16. [Электронный ресурс].
http://www.rapida.ru | Режим доступа: |
| 17. [Электронный ресурс].
http://www.rupay.ru | Режим доступа: |
| 18. [Электронный ресурс].
http://ru.wikipedia.org/ | Режим доступа: |

3.2. Перечень методических указаний

1. Плахотникова, М.А. Методические указания для самостоятельной работы по изучению дисциплины «Интернет-технологии бизнеса» для студентов направления 38.03.02 (38.03.02) Менеджмент // М.А. Плахотникова, Ю.В. Вертакова: Юго-Зап. гос. ун-т. Курск, 2015. – 49 с.

3.3. Используемые информационные технологии и перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Перечень информационных технологий

При изучении дисциплины используются персональные компьютеры, а также используются демоверсии следующих программных продуктов: могут быть применены программные продукты Microsoft Power Point и Microsoft Word. Для выполнения лабораторных работ используются web-браузеры и интернет-платформы социальных сетей. В качестве источника информации используются справочные правовые системы «Консультант-Плюс» и «Гарант» и другие ресурсы сети «Интернет».

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети:

- | | | |
|---|-----------------------|----------------|
| 1. Научная библиотека Юго-Западного государственного университета | [Электронный ресурс]. | Режим доступа: |
|---|-----------------------|----------------|

<http://www.lib.swsu.ru/2011-02-23-15-22-58/2012-08-30-06-40-55.html>

2. «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://biblioclub.ru>

3. Научная электронная библиотека eLibrary.ru (официальный сайт) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elibrary.ru>

4. База данных рефератов и цитирования «Scopus» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.scopus.com>

5. Электронная библиотека диссертаций и авторефератов РГБ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dvs.rsl.ru/>

6. Официальный сайт Минэкономразвития РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.economy.gov.ru

7. Справочно-поисковая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.consultant.ru

8. Электронно-библиотечная система «Лань» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://e.lanbook.com/>

9. Образовательный ресурс «Единое окно» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://window.edu.ru/>

10. Научно-информационный портал ВINITI РАН [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://viniti.ru>

ПРИЛОЖЕНИЕ

Примерная тематика самостоятельных работ по дисциплине «Интернет-технологии в бизнесе»

Формулировка представленных тем самостоятельных работ по дисциплине «Интернет-технологии в бизнесе» носит рекомендательный характер и может быть дополнена и изменена.

Общее задание: выберите и опишите возможности указанных ниже платежных систем:

1. WebMoney
2. «ЯндексДеньги»
3. ASSIST
4. CyberPlat
5. E-Port
6. Instant!
7. KreditPilot
8. «Рапида»
9. RuPay
10. Alertpay
11. LibertyReserve
12. MoneyMail
13. NetPay
14. PayBox
15. Z-PAYMENT
16. Moneybookers
17. E-Gold
18. RBK Money (RUpay)
19. PayPal
20. PayCash