

	Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
	федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный аграрный университет»
	ФГБОУ ВО Уральский ГАУ
	Рабочая программа учебной дисциплины «Информационная бизнес-аналитика»
Б1.В.ДВ.03.02	Кафедра менеджмента и экономической теории

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
учебной дисциплины

Информационная бизнес-аналитика

Направления подготовки
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) программы
«Бизнес-аналитика в управленческой деятельности»

Уровень подготовки
бакалавриат

Форма обучения
очная, очно-заочная, заочная

Екатеринбург, 2023

	<i>Должность</i>	<i>Фамилия</i>	<i>Дата № протокола</i>
<i>Разработал:</i>	<i>Доцент</i>	<i>А.В. Ручкин</i>	11.04.2023 Протокол №8 кафедры менеджмента и экономической теории
<i>Версия: 2.0</i>			<i>Стр 1 из 15</i>



Содержание

1. Цели и задачи дисциплины, место дисциплины в структуре образовательной программы.....	3
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	3
3. Объем дисциплины и виды учебной работы.....	4
4. Содержание дисциплины.....	4
5. Перечень учебно-методического обеспечения и программного обеспечения дисциплины.....	8
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	8
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины:	9
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	9
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	10
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	10
11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	11
12. Особенности обучения студентов с различными нозологиями	12



1. Цели и задачи дисциплины, место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель изучения дисциплины - формирование целостного представления о сущности концепции управления эффективностью СРМ (Corporate Performance Management) и вопросов, связанных с автоматизацией процессов стратегического управления на основе сбалансированной системы показателей эффективности, процессов планирования, бюджетирования, консолидации и корпоративной отчетности.

Задачи изучения дисциплины:

- Изучение инструментальных средств бизнес-анализа и их классов
- Знакомство с современными тенденциями развития информационных систем бизнес-интеллекта
- Изучение архитектуры и функциональных возможностей СРМ-систем
- Изучение методологии разработки и управления по ключевым показателям эффективности на основе информационных систем

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.02 «Информационная бизнес-аналитика» относится к числу дисциплин по выбору, формируемых участниками образовательных отношений.

Траектория формирования компетенций выделяет этапы формирования в соответствии с учебным планом, при этом соблюдается принцип нарастающей сложности.

Основными этапами формирования компетенций при изучении дисциплины «Информационная бизнес-аналитика» является последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) дисциплины. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями. Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Изучение дисциплины «Информационная бизнес-аналитика» основывается на знаниях, полученных студентами при изучении дисциплин «Основы проектного менеджмента», «Информационные технологии в бизнес-аналитике», «Цифровой маркетинг и социальные сети», «Методы принятия управленческих решений». Полученные знания, умения, навыки используются студентами в процессе изучения таких дисциплин, как «Теория систем и системный анализ», государственная итоговая аттестация.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В процессе изучения дисциплины студент должен приобрести следующие компетенции:

ПК-1 Способен формировать возможные решения на основе разработанных для них целевых показателей



ПК-2 Способен анализировать, обосновывать и выбирать решения

В результате изучения дисциплины «Информационная бизнес-аналитика» обучающийся должен

Знать:

- тенденции в области развития корпоративных информационных систем;
- роль корпоративных информационных систем в управлении бизнес-процессами предприятий;
- концепцию управления эффективностью бизнеса (СРМ);

Уметь:

- выполнять основные настройки и операции в модулях системы с целью реализации бизнес-функций целевого управления, планирования и контроля, бюджетирования и консолидации;
- ставить задачи по внедрению инновационных методологий и методов управления с целью повышения эффективности бизнеса

Владеть:

- методологией внедрения СРМ-процессов на предприятии

В результате изучения дисциплины обучающийся должен получить знания и навыки для успешного освоения следующих трудовых функций и выполнения следующих трудовых действий (Профессиональный стандарт «08.037 «Бизнес-аналитик» (утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 25 сентября 2018г. № 592н):

Трудовая функция: «Формирование возможных решений на основе разработанных для них целевых показателей».

Трудовые действия:

- выявление, сбор и анализ информации бизнес-анализа для формирования возможных решений;
- описание возможных решений;

Трудовая функция: «Анализ, обоснование и выбор решения».

Трудовые действия:

- анализ решений с точки зрения достижения целевых показателей решений;
- оценка ресурсов, необходимых для реализации решений;
- оценка эффективности каждого варианта решения как соотношения между ожидаемым уровнем использования ресурсов и ожидаемой ценностью;
- выбор решения для реализации в составе группы экспертов.



3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов очное	Очная форма обучения	Всего часов очно-заочное	Очно-заочная форма обучения	Всего часов заочное	Заочная форма обучения
		4 курс		4 курс		4 курс
		7 семестр		7 семестр		7 семестр
Контактная работа* (всего)	58,35	58,35	42,35	42,35	22,85	22,85
В том числе:						
Лекции	24	24	16	16	10	10
Практические занятия (ПЗ)	24	24	16	16	10	10
Групповые консультации	10	10	10	10	2,5	2,5
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35
Самостоятельная работа (всего)	121,65	121,65	137,65	137,65	157,15	157,15
В том числе:						
<i>Общая трудоёмкость, час</i>	180	180	180	180	180	180
<i>зач.ед.</i>	5	5	5	5	5	5
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен	Экзамен	Экзамен	Экзамен	Экзамен

4. Содержание дисциплины

Информационные системы управления эффективностью бизнеса. Системы, реализующие стратегическое целевое управление компанией. Автоматизация процессов планирования и бюджетирования. Автоматизация процессов финансовой консолидации. Инструменты формирования корпоративной отчетности. Внедрение систем управления эффективностью бизнеса.



4.1 Модули (разделы) дисциплин и виды занятий

Очная форма обучения

№ п.п	Наименование раздела дисциплин	Лекции	Практ. занятия	СРС	Всего часов
1.	Раздел 1. Информационные технологии и их роль в становлении электронного бизнеса.				
	Тема 1. Информационные сети электронного бизнеса.	2	2	12	16
	Тема 2. Модели ведения электронного бизнеса.	2	2	12	16
	Тема 3. Система электронного обмена данными.	2	2	12	16
	Тема 4. Отечественные классификаторы обмена данными в электронном бизнесе.	2	2	12	16
	Тема 5. Международные стандарты и классификаторы в области электронного бизнеса.	2	2	12	16
	Итого по разделу 1:	10	10	60	80
2.	Раздел 2. Международные стандарты и классификаторы в области электронного бизнеса.				
	Тема 6. Правовые основы электронного бизнеса.	2	2	12	16
	Тема 7. Информационное обеспечение управления.	3	3	12	18
	Тема 8. Электронные документы, используемые в электронном бизнесе.	3	3	12	18
	Тема 9. Маркетинг и реклама с использованием информационных сетей.	3	3	12	18
	Тема 10. Безопасность в информационных системах.	3	3	13,65	19,65
	Итого по разделу 2:	14	14	61,65	89,65
3.	Групповые консультации				10
4.	Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)				0,35
	ИТОГО:	24	24	121,65	180

Очно-заочная форма обучения

№ п.п	Наименование раздела дисциплин	Лекции	Практ. занятия	СРС	Всего часов
1.	Раздел 1. Информационные технологии и их роль в становлении электронного бизнеса.				
	Тема 1. Информационные сети электронного бизнеса.	1	1	14	16
	Тема 2. Модели ведения электронного бизнеса.	1	1	14	16
	Тема 3. Система электронного обмена данными.	2	2	14	18
	Тема 4. Отечественные классификаторы обмена данными в электронном бизнесе.	2	2	14	18
	Тема 5. Международные стандарты и классификаторы в области электронного бизнеса.	2	2	20	24
	Итого по разделу 1:	8	8	76	92
2.	Раздел 2. Международные стандарты и классификаторы в области электронного бизнеса.				
	Тема 6. Правовые основы электронного бизнеса.	1	1	12	14
	Тема 7. Информационное обеспечение управления.	1	1	12	14



№ п.п	Наименование раздела дисциплин	Лекции	Практ. занятия	СРС	Всего часов
	Тема 8. Электронные документы, используемые в электронном бизнесе.	2	2	12	18
	Тема 9. Маркетинг и реклама с использованием информационных сетей.	2	2	12	16
	Тема 10. Безопасность в информационных системах.	2	2	13,65	17,65
	Итого по разделу 2:	8	8	61,65	77,65
3.	Групповые консультации				10
4.	Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)				0,35
	ИТОГО:	16	16	137,65	180

Заочная форма обучения

№ п.п	Наименование раздела дисциплин	Лекции	Практ. занятия	СРС	Всего часов
1.	Раздел 1. Информационные технологии и их роль в становлении электронного бизнеса.				
	Тема 1. Информационные сети электронного бизнеса.	1	1	15	17
	Тема 2. Модели ведения электронного бизнеса.	1	1	15	17
	Тема 3. Система электронного обмена данными.	1	1	15	17
	Тема 4. Отечественные классификаторы обмена данными в электронном бизнесе.	1	1	16	18
	Тема 5. Международные стандарты и классификаторы в области электронного бизнеса.	1	1	16	18
	Итого по разделу 1:	5	5	77	87
2.	Раздел 2. Международные стандарты и классификаторы в области электронного бизнеса.				
	Тема 6. Правовые основы электронного бизнеса.	1	1	16	18
	Тема 7. Информационное обеспечение управления.	1	1	16	18
	Тема 8. Электронные документы, используемые в электронном бизнесе.	1	1	16	18
	Тема 9. Маркетинг и реклама с использованием информационных сетей.	1	1	16	18
	Тема 10. Безопасность в информационных системах.	1	1	16,15	18,15
	Итого по разделу 2:	5	5	80,15	90,15
11.	Групповые консультации				2,5
12.	Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)				0,35
	ИТОГО:	10	10	157,15	180

**4.2 Содержание модулей (разделов) дисциплин**

п. п	Наименование модуля (раздела)	Содержание раздела	Трудоём-кость (час.)			Формируемые компетенции	Формы контроля	Технологии интерактивного обучения
			4					
1	2	3	Очн.	Очн.-заочн	Заоч.	5	6	7
1.	Раздел 1. Информационные технологии и их роль в становлении электронного бизнеса.	Тема 1. Информационные сети электронного бизнеса. Тема 2. Модели ведения электронного бизнеса. Тема 3. Система электронного обмена данными. Тема 4. Отечественные классификаторы обмена данными в электронном бизнесе. Тема 5. Международные стандарты и классификаторы в области электронного бизнеса.	87	92	87	ПК-1 ПК-2	Письменная работа (реферат), практические задания, ситуационная задача	Презентации лекций, работа в группах
2.	Раздел 2. Международные стандарты и классификаторы в области электронного бизнеса.	Тема 6. Правовые основы электронного бизнеса. Тема 7. Информационное обеспечение управления. Тема 8. Электронные документы, используемые в электронном бизнесе. Тема 9. Маркетинг и реклама с использованием информационных сетей. Тема 10. Безопасность в информационных системах.	89,65	77,65	90,15	ПК-1 ПК-2	Письменная работа (реферат), практические задания	Презентации лекций, работа в группах



4.3 Детализация самостоятельной работы

№ п/п	Наименование модуля дисциплины	Тематика самостоятельной работы	Формы самостоятельной работы	Трудоемкость, часы		
				очное	очно-заочное	заочно
1	Раздел 1. Информационные технологии и их роль в становлении электронного бизнеса.	Тема 1. Информационные сети электронного бизнеса.	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, работа в библиотеке	12	14	15
		Тема 2. Модели ведения электронного бизнеса.		12	14	15
		Тема 3. Система электронного обмена данными.		12	14	15
		Тема 4. Отечественные классификаторы обмена данными в электронном бизнесе.		12	14	16
		Тема 5. Международные стандарты и классификаторы в области электронного бизнеса.		12	20	16
2	Раздел 2. Международные стандарты и классификаторы в области электронного бизнеса.	Тема 6. Правовые основы электронного бизнеса.	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, работа в библиотеке	12	12	16
		Тема 7. Информационное обеспечение управления.		12	12	16
		Тема 8. Электронные документы, используемые в электронном бизнесе.		12	12	16
		Тема 9. Маркетинг и реклама с использованием информационных сетей.		12	12	16
		Тема 10. Безопасность в информационных системах.		13,65	13,65	16,15
6	ИТОГО:			121,65	137,65	157,15

5. Перечень учебно-методического обеспечения и программного обеспечения дисциплины

Методические указания к самостоятельной работе для студентов очной и заочной формы обучения по дисциплине «Информационная бизнес-аналитика»/ сост. Ручкин А.В., Фетисова А.В. – Екатеринбург: Изд-во Уральский ГАУ, 2023.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (ФОС)

Приложение к рабочей программе



7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины:

а) основная литература:

1. Информационные технологии в менеджменте : учебник и практикум для вузов / Е. В. Майорова [и др.]; под редакцией Е. В. Майоровой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00503-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489927>

2. Гаврилов Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14897-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489784>

3. Одинцов, Б. Е. Информационные системы управления эффективностью бизнеса : учебник и практикум для вузов / Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01052-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511508>

б) дополнительная литература:

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1) интернет-ресурсы библиотеки:

- электронные учебно-методические ресурсы (ЭУМР),
- электронный каталог Web ИРБИС;

электронные библиотечные системы:

- ЭБС «Лань» – Режим доступа: <http://e.lanbook.com>
- ЭБС «Юрайт» - Режим доступа: <https://biblio-online.ru>;
- ЭБС «Руконт» - Режим доступа: <http://lib.rucont.ru>
- ЭБС «IPR BOOK» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>
- доступ к информационным ресурсам «eLIBRARY», «УИС РОССИЯ» и «Polpred.com».

2) Справочная правовая система «Консультант Плюс»

3) система ЭИОС на платформе Moodle.

4) Профессиональные базы данных:



- официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/ (Рынок труда, занятость и заработная плата);
- международная информационная система по сельскому хозяйству и смежным с ним отраслям – AGRIS <http://agris.fao.org/agris-search/index.do>
- базы данных официального сайта ФГБУ «Центр агроаналитики» Министерства сельского хозяйства Российской Федерации - <http://www.specagro.ru>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Учебным планом при изучении дисциплины предусмотрены практические занятия, а также самостоятельная работа обучающихся.

Практические занятия проводятся с целью закрепления и более тщательной проработки материала по основным разделам дисциплины.

Чтобы получить необходимое представление о дисциплине и о процессе организации её изучения, целесообразно в первые дни занятий ознакомиться с рабочей программой дисциплины на платформе MOODLE или на сайте университета.

В процессе изучения дисциплины, обучающиеся должны самостоятельно изучить теоретическую часть материала, для чего необходимо ознакомиться с конспектом лекций, литературой, указанной в списке основной и дополнительной литературы.

Основные понятия и определения, используемые в курсе, можно эффективно закрепить, обратившись к тексту глоссария.

Проверить степень овладения дисциплиной помогут вопросы для самопроверки и самоконтроля (вопросы к зачету), ответы на которые позволят студенту систематизировать свои знания, а также тесты, выложенные на платформе MOODLE в фонде оценочных средств по дисциплине.

Применение электронного обучения: обучение возможно с применением электронных и дистанционных технологий.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для формирования этапов компетенций у обучающихся в процессе изучения данной дисциплины применяются традиционные (пассивные) и инновационные (активные) технологии обучения в зависимости от учебных целей с учетом различного сочетания форм организации образовательной деятельности и методов ее активизации с приоритетом на самостоятельную работу обучающихся.

Для успешного овладения дисциплиной используются следующие информационные технологии обучения:



При проведении лекций используются презентации материала в программе Microsoft Office (Power Point), выход на профессиональные сайты, использование видеоматериалов различных интернет-ресурсов.

Практические занятия по дисциплине проводятся с использованием платформы MOODLE, Справочной правовой системы «Консультант Плюс».

В процессе изучения дисциплины учебными целями являются восприятие учебной информации, ее усвоение, запоминание, а также структурирование полученных знаний и развитие интеллектуальных умений, ориентированных на способы деятельности репродуктивного характера. Посредством использования этих интеллектуальных умений достигаются узнавание ранее усвоенного материала в новых ситуациях, применение абстрактного знания в конкретных ситуациях.

Для достижения этих целей используются в основном традиционные информативно-развивающие технологии обучения с учетом различного сочетания пассивных форм (практическое занятие, консультация, самостоятельная работа) и репродуктивных методов обучения (повествовательное изложение учебной информации, объяснительно- иллюстративное изложение, чтение информативных текстов) и лабораторно-практических методов обучения (упражнение, инструктаж, проектно-организованная работа).

Для организации учебного процесса используется программное обеспечение, обновляемое согласно лицензионным соглашениям.

Программное обеспечение:

- Microsoft WinHome 10 RUS OLP NL Acdm Legalization get Genuine (объем 168); Лицензия бессрочная. Контракт № ЭА - 103 от 17.05.2018.
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition. 250-499. Node 2 year Educational Renewal License: Лицензионный сертификат 24342003031146291531071

Информационная справочная система:

Справочная правовая система «Консультант Плюс» Договор об информационной поддержке от 02.08.2011 г. (с ежегодным автоматическим продлением).

- Справочная правовая система «Консультант Плюс» Договор об информационной поддержке от 02.08.2011 г. (с ежегодным автоматическим продлением).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная лаборатория «Центр интерактивного обучения и мультимедийных	Аудитория, оснащенная столами и стульями. Переносные:	- Microsoft WinHome 10 RUS OLP NL Acdm Legalization get Genuine (объем 168); Лицензия



<p>технологий» для проведения лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации – 620075, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Тургенева, д. 23 Литер А, ауд. № 4414</p>	<p>- мультимедийное оборудование (ноутбук, экран, проектор); - комплект электронных учебно-наглядных материалов (презентаций) на флеш-носителях, обеспечивающих тематические иллюстрации. Рабочие места, оснащенные компьютерами с выходом в сеть Интернет и электронно - образовательную среду.</p> <p>Оборудование и программное обеспечение - в соответствии с паспортом лаборатории</p>	<p>бессрочная. Контракт № ЭА - 103 от 17.05.2018. - Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition. 250-499. Node 2 year Educational Renewal License: Лицензионный сертификат 24342003031146291531071 - Комплект программ для инвестиционного и финансового анализа «Альт-Инвест» пакет «Учебный класс» («Альт-Инвест 8 Сумм», «Альт-Финансы 3»), Лицензионный договор №6-20-012 от 21.07.2020 до 21.07.2030 (Срок действия договора 10 лет). – Справочная правовая система «Консультант Плюс» Договор об информационной поддержке от 02.08.2011 г. (с ежегодным автоматическим продлением).</p>
Самостоятельная работа		
<p>Помещение для самостоятельной работы – 620075, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Тургенева, д. 23 Литер А, ауд. № 4412, 4420 620075, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, д. 42 Литер Е читальный зал - № 5104, 5208</p>	<p>Аудитория, оснащенная столами и стульями; Переносным демонстрационным мультимедийным оборудованием (ноутбук, экран, проектор); рабочими местами, оснащенными компьютерами с выходом в сеть Интернет и электронно-образовательную среду</p>	<p>Microsoft WinHome 10 RUS OLP NL Acdm Legalization get Genuine (объем 168); Лицензия бессрочная. Контракт № ЭА - 103 от 17.05.2018. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition. 250-499. Node 2 year Educational Renewal License: Лицензионный сертификат 24342003031146291531071, срок 14.03.2022 г.</p>

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: к. 4412а



12. Особенности обучения студентов с различными нозологиями

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предъявляются особые требования к организации образовательного процесса и выбору методов и форм обучения при изучении данной дисциплины, в случае зачисления таких обучающихся.

Для обучения студентов с нарушением слуха предусмотрены следующие методы обучения:

- объяснительно-иллюстративный метод (лекция, работа с литературой);
- репродуктивный (студенты получают знания в готов виде);
- программированный или частично-поисковый (управление и контроль познавательной деятельности по схеме, образцу).

Для повышения эффективности занятия используются следующие средства обучения:

- учебная, справочная литература, работа с которой позволяет развивать речь, логику, умение обобщать и систематизировать информацию;
- словарь понятий, способствующих формированию и закреплению терминологии;
- структурно-логические схемы, таблицы и графики, концентрирующие и обобщающие информацию, опорные конспекты, активирующие различные виды памяти;
- раздаточный материал, позволяющий осуществить индивидуальный и дифференцированный подход, разнообразить приемы обучения и контроля;
- технические средства обучения.

Во время лекции используются следующие приемы:

- наглядность;
- использование различных форм речи: устной или письменной – в зависимости от навыков, которыми владеют студенты;
- разделение лекционного материала на небольшие логические блоки.

Учитывая специфику обучения слепых и слабовидящих студентов, соблюдаются следующие условия:

- дозирование учебных нагрузок;
- применение специальных форм и методов обучения, оригинальных учебников и наглядных пособий;

Во время проведения занятий происходит частое переключение внимания обучающихся с одного вида деятельности на другой. Также учитываются продолжительность непрерывной зрительной нагрузки для слабовидящих. Учет зрительной работы строго индивидуален.

Искусственная освещенность помещения, в которых занимаются студенты с пониженным зрением, оставляет от 500 до 1000 лк. На занятиях используются настольные лампы.

Формы работы со студентами с нарушениями опорно-двигательного аппарата следующие:



- лекции групповые (проблемная лекция, лекция-презентация, лекция-диалог, лекция с применением дистанционных технологий и привлечением возможностей интернета).

- индивидуальные беседы;

- мониторинг (опрос, анкетирование).

Конкретные виды и формы самостоятельной работы обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливаются преподавателем самостоятельно. Выбор форм и видов самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ и инвалидов осуществляются с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для консультаций и выполнения заданий.

**1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ
В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Код компетенции	Формулировка	Разделы дисциплины	
		1	2
ПК-1	Способен формировать возможные решения на основе разработанных для них целевых показателей	+	+
ПК-2	Способен анализировать, обосновывать и выбирать решения.	+	+

**2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ
НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ
ОЦЕНИВАНИЯ****2.1 Шкала академических оценок освоения дисциплины**

Виды оценок	Оценки			
	Академическая оценка по 4-х балльной шкале (экзамен)	отлично	хорошо	удовлетворительно

**2.2 Текущий контроль**

Код	Планируемые результаты	Раздел дисциплины	Содержание требования в разрезе разделов дисциплины	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№ задания		
						Пороговый уровень (удовл.)	Повышенный уровень (хорошо)	Высокий уровень (отлично)
ПК-1	Знать: - тенденции в области развития корпоративных информационных систем; - роль корпоративных информационных систем в управлении бизнес-процессами предприятий;	1	Тема 1. Информационные сети электронного бизнеса.	Лекция Практические занятия Самостоятельная работа	Письменная работа (реферат); Практическое задание; Ситуационная задача.	пункт 3.2.,	пункт 3.2.,	пункт 3.2.,
	Уметь: - выполнять основные настройки и операции в модулях системы с целью реализации бизнес-функций целевого управления, планирования и контроля, бюджетирования и консолидации;	1	Тема 2. Модели ведения электронного бизнеса; Тема 3. Система электронного обмена данными.	Лекция Практические занятия Самостоятельная работа		пункта 3.3.,	пункта 3.3.,	пункта 3.3.,
	Владеть: - методологией внедрения CRM-процессов на предприятии	1	Тема 4. Отечественные классификаторы обмена данными в электронном бизнесе; Тема 5. Международные стандарты и классификаторы в области электронного бизнеса.	Лекция Практические занятия Самостоятельная работа		пункт 3.4.	пункт 3.4.	пункт 3.4.



ПК-2	Знать: - концепцию управления эффективностью бизнеса (СРМ);	2	Тема 6. Правовые основы электронного бизнеса. Тема 7. Информационное обеспечение управления.	Лекция Практические занятия Самостоятельная работа	Письменная работа; Практическое задание.	пункт 3.2., пункта 3.3., пункт 3.4.	пункт 3.2., пункта 3.3., пункт 3.4.	пункт 3.2., пункта 3.3., пункт 3.4.
	Уметь: - ставить задачи по внедрению инновационных методологий и методов управления с целью повышения эффективности бизнеса	2	Тема 8. Электронные документы, используемые в электронном бизнесе; Тема 9. Маркетинг и реклама с использованием информационных сетей.	Лекция Практические занятия Самостоятельная работа	Ситуационная задача.			
	Владеть: - навыками обеспечения безопасности в информационных системах.	2	Тема 10. Безопасность в информационных системах.	Лекция Практические занятия Самостоятельная работа				

**2.3 Промежуточная аттестация**

Код	Планируемые результаты	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№ задания		
				Пороговый уровень (удовл.)	Повышенный уровень (хорошо)	Высокий уровень (отлично)
ПК-1 ПК-2	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- тенденции в области развития корпоративных информационных систем;- роль корпоративных информационных систем в управлении бизнес-процессами предприятий;- концепцию управления эффективностью бизнеса (СРМ);. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- выполнять основные настройки и операции в модулях системы с целью реализации бизнес-функций целевого управления, планирования и контроля, бюджетирования и консолидации;- ставить задачи по внедрению инновационных методологий и методов управления с целью повышения эффективности бизнеса <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- методологией внедрения СРМ-процессов на предприятии;- навыками обеспечения безопасности в информационных системах.	<p>Лекция</p> <p>Практические занятия</p> <p>Самостоятельная работа</p>	Экзамен	Из пунктов 3.1.		

**2.4. Критерии оценки на экзамене (вопросы к экзамену)**

Результат экзамена	Критерии оценки	Показатель оценки сформированности компетенции
Отлично (повышенный)	- ставится в том случае, когда студент обнаруживает систематическое и глубокое знание программного материала по дисциплине, умеет свободно ориентироваться в вопросе. Ответ полный и правильный на основании изученного материала. Выдвинутые положения аргументированы и иллюстрированы примерами. Материал изложен в определенной логической последовательности, осознанно, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Студент уверенно отвечает на дополнительные вопросы.	Не менее 86-100% В результате оценки студент показал сформированность компетенций
Хорошо (базовый)	- ставится в том случае, когда студент обнаруживает полное знание учебного материала, демонстрирует систематический характер знаний по дисциплине. Ответ полный и правильный, подтвержден примерами; но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены 2-3 несущественные погрешности, исправленные по требованию экзаменатора. Студент испытывает незначительные трудности в ответах на дополнительные вопросы. Материал изложен осознанно, самостоятельно, с использованием современных научных терминов, литературным языком.	Не менее 71-85% В результате оценки студент показал частично сформированность компетенций
Удовлетворительно (пороговый)	- ставится в том случае, когда студент обнаруживает знание основного программного материала по дисциплине, но допускает погрешности в ответе. Ответ недостаточно логически выстроен, самостоятелен. Основные понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаточное раскрытие теоретического материала. Выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный характер. Студент испытывает достаточные трудности в ответах на вопросы. Научная терминология используется недостаточно.	Не менее 55-70% В результате оценки студент показал частично сформированность компетенций



Неудовлетворительно	ставится в том случае, когда студент демонстрирует пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине. При ответе обнаружено непонимание студентом основного содержания теоретического материала или допущен ряд существенных ошибок, которые студент не может исправить при наводящих вопросах экзаменатора, затрудняется в ответах на вопросы. Студент подменил научное обоснование проблем рассуждением бытового плана. Ответ носит поверхностный характер; наблюдаются неточности в использовании научной	Менее 45-55% В результате оценки студент не показал сформированность компетенций
---------------------	---	--

2.5. Критерии оценки письменной работы

Ступени уровней освоения компетенций	Критерии
Повышенный уровень (отлично)	Содержание ответа в целом соответствует теме задания. Продемонстрировано знание фактического материала, отсутствуют фактические ошибки. Продемонстрировано уверенное владение понятийно-терминологическим аппаратом дисциплины (уместность употребления, аббревиатуры, толкование и т.д.), отсутствуют ошибки в употреблении терминов. Показано умелое использование категорий и терминов дисциплины в их ассоциативной взаимосвязи.
Базовый уровень (хорошо)	1) недостаточно полное, по мнению преподавателя, раскрытие темы; 2) несущественные ошибки в определении понятий, категорий и т.п., кардинально не меняющих суть изложения; 3) использование устаревшей учебной литературы и других источников; 4) неспособность осветить проблематику учебной дисциплины и др.
Пороговый уровень (удовлетворительно)	1) отражение лишь общего направления изложения лекционного материала и материала современных учебников; 2) наличие достаточного количества несущественных или одной-двух существенных ошибок в определении понятий и категорий и т.п.; 3) неспособность осветить проблематику учебной дисциплины и др.



2.6. Критерии оценки практического задания

Ступени уровней освоения компетенций	Критерии
Повышенный уровень (отлично)	1) задача решена правильно. 2) сделаны полные, соответствующие задаче выводы
Базовый уровень (хорошо)	1) задача решена правильно, есть некоторые неточности 2) сделаны краткие выводы
Пороговый уровень (удовлетворительно)	1) задача решена не полностью 2) нет выводов

2.7. Критерии оценки ситуационных задач

Ступени уровней освоения компетенций	Критерии
Повышенный уровень (отлично)	выставляется студенту (как сотруднику проектной группы), если содержание презентации и(или) доклад презентатора от группы полностью раскрывают тему совещания; четко организована работа группы по ответам на вопросы от других проектных групп и аргументирована и аргументирована оценка их презентаций и докладов; излагается концепция управления персоналом
Базовый уровень (хорошо)	выставляется студенту (как сотруднику проектной группы), если содержание презентации и доклад презентатора от группы в целом раскрывают тему совещания; достаточно хорошо организована работа группы по ответам на вопросы от других проектных групп и аргументирована оценка их презентаций и докладов;
Пороговый уровень (удовлетворительно)	выставляется студенту (как сотруднику проектной группы), если содержание презентации и доклад презентатора от группы не в полном объеме раскрывают тему совещания; ответы на вопросы от других проектных групп не точны и поверхностны; нарушается регламент проведения совещания; оценка и аргументация презентаций и докладов других проектных групп не достаточно аргументирована

2.8. Процедура оценка

2.8.1 Работа в семестре

В течении семестра в ходе выполнения заданий в виде устного опроса, письменной работы, ситуационных задач студент получает допуск к экзамену



№ п/п	Измерители обученности текущего контроля	Ступени уровней освоения компетенций		
		Пороговый уровень (удовлетворительно)	Базовый уровень (хорошо)	Повышенный уровень (отлично)
1.	Практические задания	Пороговый уровень (удовлетворительно)	Базовый уровень (хорошо)	Повышенный уровень (отлично)
2.	Письменная работа (реферат)	Пороговый уровень (удовлетворительно)	Базовый уровень (хорошо)	Повышенный уровень (отлично)
3.	Ситуационные задачи	Пороговый уровень (удовлетворительно)	Базовый уровень (хорошо)	Повышенный уровень (отлично)

Студент, выполнивший задания не ниже порогового (удовлетворительно) допускается до экзамена.

2.8.2 Промежуточная аттестация

Экзамен проводится в форме ответов на вопросы

Для формирования итоговой оценки знаний, умений и навыков сформированности компетенций студент отвечает на экзаменационные вопросы.

№ п/п	Измерители обученности текущего контроля	Ступени уровней освоения компетенций		
		Пороговый уровень (удовлетворительно)	Базовый уровень (хорошо)	Повышенный уровень (отлично)
1.	Экзамен (вопросы)	Пороговый уровень (удовлетворительно)	Базовый уровень (хорошо)	Повышенный уровень (отлично)

3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

3.1 Вопросы к экзамену

- 1 Дайте определение понятию «Электронная цифровая подпись», назначение
- 2 Назовите виды угроз безопасности информационных технологий.
- 3 Объясните назначение публичных и закрытых ключей электронной подписи, правила обмена и хранения ключей.
- 4 Приведите классификация бизнес-моделей в электронной коммерции.
- 5 Приведите классификация компьютерных сетей торговых предприятий.
- 6 Назовите виды систем электронных платежей, их достоинства и недостатки.
- 7 Объясните, что такое топология компьютерных сетей торговых предприятий.
- 8 История развития электронных денег.
- 9 Перечислите виды угроз безопасности в экономических информационных системах.
- 10 Дайте определение электронным торговым площадкам, перечислите их виды, функции.
- 11 Назовите основные пути несанкционированного доступа к информации.



- 12 Назовите устройства приема/передачи данных в сетях торговых предприятий.
- 13 Перечислите информационные технологии, применяемые в электронной коммерции.
- 14 Сфера применения и сфера деятельности электронной коммерции.
- 15 Электронный бизнес, определение и понятие термина.
- 16 Электронная коммерция в Федеральной программе «Электронная Россия».
- 17 Роль информационных технологий в становлении электронного бизнеса.
- 18 Информационные сети в электронном бизнесе, типы, классификация.
- 19 Назовите виды информационного и экономического взаимодействия.
- 20 Объясните, что такое электронные платежи и системы электронных платежей.
- 21 Объясните, что такое Классификаторы обмена данными в электронной коммерции.
- 22 Автоматизация идентификации товаров, штрих-код, радиочастотная метка.
- 23 Назовите известные вам Электронные системы обмена данными.
- 24 Объясните, что такое Модель ведения электронной коммерции B2C
- 25 Объясните, что такое Модель ведения электронной коммерции B2B
- 26 Назовите Виды интернет магазинов и приведите их классификацию.
- 27 Дайте определение понятия бизнес-план, его содержание и назначение.
- 28 Дайте определение понятия хостинг, объясните его назначение.
- 29 Объясните назначение единой системы идентификации и аутентификации.
- 30 Перечислите задачи, реализуемые национальной платформой распределенной обработки данных.
- 31 Объясните, что такое Электронное правительство, его цели, задачи.
- 32 Назовите, какие информационные технологии используются в современном обществе?
- 33 В чем проявляется взаимодействие информационных технологий и бизнеса?
- 34 Какие экономические выгоды получают участники электронных коммерческих сделок?
- 35 Объясните аббревиатуру EDI и дайте характеристику данной технологии.
- 36 Дайте определение понятиям «электронный бизнес» и «электронная коммерция».
- 37 Перечислите, какие методы защиты используются в платежных системах?
- 38 Опишите возможности и недостатки платежных систем.
- 39 Как можно использовать Интернет для продвижения товаров и услуг на рынке?
- 40 Дайте характеристику интернет-банкингу, интернет-страхованию, интернет-трейдингу.
- 41 Каковы правовые аспекты электронного бизнеса в России?
- 42 Каковы принципы использования электронной подписи?
- 43 Каким образом заключаются договоры с использованием электронных средств?
- 44 Объясните, на каких принципах основана сертификация?
- 45 Назовите и дайте характеристику этапам создания и ведения веб-контента.
- 46 Объясните, в чем особенности разработки структуры сайта электронной коммерции?
- 47 Укажите, какие главные элементы должен содержать сайт или портал электронной коммерции?
- 48 Объясните, в чем особенности статических и динамических сайтов?
- 49 Объясните, какие возможности для создания и ведения контента предоставляют системы управления контентом?
- 50 Назовите формы динамического распространения контента.
- 51 Какие преимущества для создания приложений электронной коммерции дает использование java-технологии?
- 52 Объясните, что включает в себя электронный документооборот?
- 53 Приведите классификацию систем электронного управления документами.



- 54 Дайте определение системе электронного управления документами.
- 55 Назовите преимущества систем электронного документооборота?
- 56 Назовите, какие существуют проблемы внедрения систем электронного документооборота?
- 57 Объясните, каковы функции и принципы работы систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)?
- 58 Назовите бизнес-модели электронного бизнеса, ориентированные на конечного пользователя и бизнес-партнера.
- 59 Назовите, какие модели сетей используют при построении коммуникационной платформы организации?
- 60 Назовите основные бизнес-модели и направления электронного бизнеса.
- 61 Приведите примеры платежных систем. В чем особенности каждой из них?

3.2 Письменная работа (реферат)

Письменная работа студента – это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем). Цель письменной работы состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Письменная работа должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Структура письменной работы:

1. Титульный лист;
2. Введение – суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически.

На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

3. Основная часть – теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу, свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

Заключение – обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д.

Темы письменных работ

1. Перспективы развития электронных рынков.
2. Состояние и перспективы развития электронной коммерции в России.
3. Влияние электронной коммерции на глобализацию экономических процессов.
4. Информационные системы как элемент электронной коммерции.
5. Влияние электронной коммерции на традиционные формы розничной торговли.
6. Электронная коммерция в розничной торговле.
7. Совершенствование технологии продаж через Интернет.
8. Особенности мониторинга потребительского рынка в условиях электронной коммерции.
9. Электронные бизнес-модели в предпринимательстве.
10. Электронная коммерция: безопасность и риски.



11. Проблемы защиты интересов покупателя и продавца в электронной коммерции
12. Исследование товарных рынков в электронной коммерции.
13. CRM как компонент обслуживания потребителей.
14. Состояние и перспективы трансформации розничной торговли в электронную форму.
15. Стратегическое планирование в электронной коммерции.
16. Использование электронной коммерции в розничных сетевых торговых фирмах.
17. Специфика моделей электронной коммерции в сфере услуг.
18. Влияние электронной коммерции на поведение покупателей.
19. Особенности использования электронной коммерции в малом бизнесе.
20. Влияние глобализации экономики на формирование виртуальных сообществ.
21. Перспективы глобализации электронной коммерции.
22. Особенности развития электронной коммерции в Европейских странах.
23. Отличительные особенности нормативно-правового обеспечения в зарубежных странах
24. Правовое регулирование Интернет-банкинга в РФ
25. Правовое регулирование использования электронной подписи в РФ.
26. Защита прав потребителей в сфере электронной коммерции в праве РФ

3.3. Практические задания

Задание:

1. Дать определение информации, информационных ресурсов.
2. Определить основные параметры информационных ресурсов. Суть параметров представить в таблице. Параметры оценки мировых информационных ресурсов представлены ниже.

№	Параметр информационного ресурса	Характеристика параметра
---	----------------------------------	--------------------------

3. Представить классификацию мировых информационных ресурсов.
4. Представить структуру рынка информационных ресурсов.
5. Определить основные источники информационных ресурсов, представленных в сети Интернет.
6. Определить основные источники образовательных информационных ресурсов.
7. Составить классификацию источников образовательных информационных ресурсов.
8. На федеральном портале «Российское образование» найдите список федеральных образовательных Интернет-порталов. Найдите перечень интернет-ресурсов на информационном портале Информационно-коммуникационные технологии в образовании. (http://www.edu.ru/db/portal/sites/portal_page.htm).
9. В окне поиска интернет-ресурсов найдите ресурсы по теме: Применение ИКТ в образовании.
10. На портале Единое окно доступа к образовательным ресурсам изучите раздел Порталы. Выясните, какие Федеральные образовательные порталы представлены здесь.
11. Исследовать типы сервисов в интернете и их использование в интернет-бизнесе.
12. Тематический поиск в поисковых системах ресурсов Интернет.
13. Какие поисковые системы Интернета используются Вами и почему? Каковы принципы работы поисковой системы.



14. Представить правила поиска информационных ресурсов (Правила формирования запросов в поисковой системе Яндекс).

15. Представить технологию поиска информации в поисковых системах.
Рассмотренные вопросы отразить в отчете.

3.4 Ситуационные задачи

Ситуационная задача № 1

Взлет и падение Boo.com

Взлет Boo.com

В конце 1998 года две молодые шведки – Ernst Malmsten and Kajsa Leander – прониклись идеей создания Web-страницы, которая сделает революцию в онлайн-розничной торговле. Ободренные успехом шведской Web-страницы книжной торговли bokus.com они объединились со своим давним другом Patrik Hedelin для формирования моды в сообществе Интернет.

Инвесторам понравилась эта идея, и друзья быстро собрали \$125 млн. для своего проекта. Они получили поддержку от всемирно известных фирм Benetton, JP Morgan, Boston's Bain Capital, конгломерат французской моды LVMH и др.

Общая идея состояла в продаже через Интернет стильной одежды молодым и богатым клиентам. Предполагалось создать мировую торговую марку с помощью Web-страницы и журнала моды. «Это была первая попытка в Интернет розничной торговле создать что-то стоящее и индивидуальное», – сказал один из служащих компании.

Свою маркетинговую компанию в \$25 млн. Boo.com начал в июне 1999 года в таких всемирно известных центрах моды – Лондоне, Нью-Йорке и Париже. Сайт начал пропагандировать новый boo-стиль, в начале не имея даже изделий для продажи.

Планировалось оснастить сайт революционным дизайном с трехмерным изображением и виртуальным ассистентом под названием «Мисс Boo». Однако технологическое претворение этих идей в жизнь оказалось делом более сложным, чем это предполагалось вначале, что несколько раз вызвало отсрочку запуска сайта. Первоначально датой открытия был назван июнь 1999, реально же запуск был осуществлен в ноябре 1999.

Сайт имел три основные проблемы:

1. Сайт не был доступен для пользователей компьютеров Macintosh. По оценке специалистов, большая часть целевой группы клиентов была пользователями Macintosh.
2. Использование большого количества графики и трехмерного изображения делали сайт медленным и сложным в работе, кроме того, он был доступен только пользователям высокоскоростных компьютеров с новейшим программным обеспечением.
3. Сайт был сложен в управлении, поскольку в нем было легко потеряться.

Кроме того, корпоративная культура Boo.com стала доставлять неприятности. Компания имела 400 служащих, которые осуществляли дорогостоящие трансатлантические перелеты, открывали офисы в наиболее фешенебельных районах, устраивали шумные вечеринки с выпивкой и наркотиками.

В ноябре 1999 года после загрузки сайта организаторы оказались в сложном положении. Стало очевидно, что Boo.com не достигает достаточного количества покупателей из-за недостатков в его технологии. Должны ли устроители переждать и



оставить все как есть, или изменить сайт на основе нескольких технологий, или вообще перестроить его? Компания начала чувствовать недостаток денежных средств. Должна ли она искать дополнительное финансирование, уволить часть своих работников, сократить свои программы или продать часть технологий и лицензий? Может ли поддерживаться корпоративная культура Boo.com в условиях сокращения расходов? Потеряла ли торговая марка значимость из-за отсрочки загрузки сайта и сложностей вокруг него? Должна ли компания придерживаться агрессивной или осторожной стратегии по связи с общественностью?

Падение Boo.com

После загрузки сайта компания была встречена весьма нелицеприятным отношением прессы. Обещания Boo.com не были выполнены!

Первичными проблемами сайта были не только медленность и сложность в управлении, но и недоступность его передовых технологий для большой группы потенциальных потребителей. В результате в марте 2000 года было принято решение об его переходе на более медленную версию.

Недостаток денежных средств в 1999 году также стал серьезной проблемой. Праздничный сезон не оправдал ожидания Boo.com. 25 января компании пришлось уволить 25% из 400 служащих. Кроме того, было решено урезать несколько программ, в том числе boo-журнал. Patrik Hedelin, один из основателей и главный администратор, навсегда покинул компанию и был заменен специалистом из Adidas. Продолжающиеся попытки поиска дополнительного финансирования не позволили продать или отдать в пользование технологии компании.

Организаторы не изменили своей стратегии и продолжали вести агрессивную политику по пропаганде своего видения Boo.com как «больше чем AOL». Они не видели пути назад. Они сформировали ожидания, которые не смогли осуществить, и продолжали одурманивать себя и других, представляя себя «рок звездами» в мире «икры, шампанского и самолетов Конкорд» (Michael Rey, главный редактор boo-журнала). Корпоративная культура отражалась в безумных вечеринках по всему миру, создании корпоративного напитка водка – грейпфрут (тестовая страница Boo.com размещалась по адресу www.vodkagrepefruit.boo.com) и ежемесячных отчетах о личных расходах в \$20 тысяч. Эта культура стала интегральной частью boo-самосознания и причиной того, что компания не понимала, как быстро она движется к провалу.

Имидж торговой марки Boo.com был испорчен после нескольких отрицательных отзывов о ней в прессе. Созданием имиджа крупнейшего, наилучшего и наиболее прогрессивного Интернет – магазина и, не достигнув этого, они сделали себя весьма уязвимыми для строгой критики. Они начали вызывать насмешки у высокопоставленной публики. В результате продажи стали стремительно сокращаться.

Компания не смогла преодолеть эти трудности и потерпела банкротство. 17 мая 2000 года ликвидаторы начали свою деятельность и Boo.com – крупнейшая start-up компания в европейской истории, потратившая \$125 млн. – была продана. Технология была продана английскому провайдеру программного обеспечения для электронной коммерции Bright Station за \$375 тысяч. Остальное, включая торговую марку, Web-страницу, Мисс Boo и множество других талисманов, было приобретено Fashionmall.com, Нью-Йоркским порталом моды с 6-летним стажем, приблизительно за \$1 млн.

Boo.com и принципы электронной коммерции



Интересен анализ этой истории с точки зрения принципов и законов электронной коммерции. Кроются ли неудачи Boo.com в невнимании к этим принципам, или же это просто старая история о плохом руководстве компанией.

Оценка каждого покупателя как отдельного рыночного элемента.

Одной из целей, к которой стремился Boo.com, была оценка каждого покупателя как отдельного рыночного элемента. Для этого каждому покупателю предлагался очаровательный ассистент – Мисс Boo. С ее помощью покупатель чувствовал себя в привычной обстановке реального магазина с персонифицированной помощью продавцов. Кроме того, покупатель мог примерять одежду на виртуальные манекены и спрашивать советы Мисс Boo, подходит ли этот свитер к тем джинсам и т.д.

Другой попыткой персонифицировать Web-сайт было использование одновременно нескольких языков. Более того, программное обеспечение позволяло посчитывать налог на продажу и определять цену товара в валюте конкретной страны.

Создание общества ценностей

Одной из главных целей Boo.com было создание общества ценностей. Boo стремился сформировать гигантскую армию Boo-членов, которые станут проводниками нового стиля жизни. Это должны быть люди исключительные, не принадлежащие толпе, и они должны не только нести новую культуру в массы, но и сами принадлежать этой культуре. Эта общность должна была создаваться с помощью Web-сайта и журнала, и формировать уникальный жизненный стиль Boo-членов.

Проблема состояла в том, что люди, на которых были направлены усилия Boo.com, в действительности не хотели принадлежать этому обществу. Дизайнеры моды, один из главных целевых сегментов компании, не могли использовать сайт, так как работали на компьютерах Macintosh. Основными пользователями сайта стали богатые, стильные и развязные молодые люди. Boo.com потерпел фиаско в создании общества ценностей, общество не оказалось ценным!

Замена недружественного интерфейса обучающим

Boo.com был движим намерением претворить этот принцип в жизнь и неуклонно ему следовать. С помощью прогрессивной технологии предполагалось сделать взаимодействие с потребителем дружественным и удобным, а информацию о посещениях сайта использовать для дальнейшего совершенствования и развития. Однако технология сайта была настолько сложна, что эти цели изначально были недостижимы. Примером может служить решение о применении Flash технологии. Изначально было известно, что лишь очень немногие компьютеры оснащены этим программным обеспечением. Однако руководство компании настояло на использовании Flash, поскольку предполагала, что целевой группе пользователей Boo.com эта технология доступна.

Предоставление максимального объема информации

Этому принципу Boo.com следовал лишь частично. С одной стороны, компания выступила против альянса с AOL, который мог предоставить большое количество потенциальных клиентов, которым можно было бы распространять информацию. С другой стороны, организаторы активно делились своими идеями с прессой и поддерживали интерес публики. Также компания предполагала выпускать журнал, который бы информировал мир о течениях в мире моды и стиля.

Рассмотрение своих активов как своих обязательств

Этот принцип был полностью игнорирован Boo.com. Создание активов на гигантские суммы, обоснованность которых часто вызывала сомнения, было одной из стратегий компании. Были открыты офисы в наиболее престижных районах 6 мировых



центров моды. В течении года компания наняла 400 работников, хотя коммерческий директор компании Edward Whitehead предполагал, что для создания сайта было бы достаточно 20 % работников.

Привлечение творческих личностей

Дословно перевод этого принципа с английского гласит «прием на работу детей». В случае с Boo.com его можно перефразировать следующим образом: «наем несерьезных и незрелых людей». Этот принцип определенно был использован Boo.com и в результате явился одной из причин его падения. В общем случае привлечение молодых и инициативных сотрудников вносит созидательность и активность в работу компании, но в случае Boo.com отсутствие разумного руководства молодыми и часто неопытными людьми стало причиной краха компании. Компании не хватало контроля и организованности. Программы загрузки сайта и маркетинговая компания не были синхронизированы. Не было эффективного контроля за личными расходами, корпоративная культура стала ассоциироваться с вечеринками, выпивкой и наркотиками. Один из организаторов компании комментировал «если бы [члены совета директоров] LVMH и Benetton, профессионалы в области оптовой и розничной торговли, внедрили часть своего персонала в компанию, мы были бы имели успех».

Закон Moore – каждые 18 месяцев скорость обработки данных удваивается при неизменных затратах.

Этот закон напоминает нам, что может быть со стороны Boo.com было не совсем глупо настаивать на применении новейшей технологии. Возможно, за короткий период стандартное программное обеспечение пришло бы в соответствие с такими технологиями. Вопрос состоит в том, что Boo.com предложил свои революционные идеи слишком рано.

Закон Metcalfe – ценность сети растет экспоненциально росту количества пользователей.

С одной стороны, использование новейших технологий ограничило Boo.com не только со стороны числа клиентов. Это сделало виртуально невозможным достижение точки перелома кривой Меткалфи, которая определяет создание общности пользователей. История Boo.com доказывает, насколько важно привлечение большого числа участников для осуществления бизнеса в Web.

Сущность против содержимого

Рассмотрение идеи Geoffrey Moore о превалировании сущности над содержимым показывает, что ошибка Boo.com состояла в фокусировании именно на внешней стороне компании, а не на ее смысловом ядре. Это общая проблема многих компаний, когда в погоне за курсом акций они забывают о первоначальных целях и задачах компании.

В случае с Boo.com была забыта первоначальная идея создания сайта розничной торговли, вместо чего компания была одержима формированием внешнего лоска, что привело к истощению денежных средств.

Уравнение новых ресурсов

Согласно Geoffrey Moore компания имеет дело с тремя легкодоступными и тремя труднодоступными ресурсами. К труднодоступным ресурсам он относил время, талант, эффективное руководство; к легкодоступным – деньги, вычислительную технику, поставщиков услуг.

В случае Boo.com компания столкнулась с острой нехваткой первых ресурсов и более чем обилием последних.



Относительно времени Boo.com оказался в особо сложном положении. По неясным причинам компания допустила ошибку в оценке времени, необходимого для разработки прогрессивной технологии сайта, которая должна была привести его к успеху. Руководство и инвесторы ожидали загрузку сайта в 6-месячный период, однако даже 12 месяцев не дали желаемого результата.

С другой стороны, история Boo.com показывает, что сегодня компании, одержимые сколько-нибудь реалистичной идеей внедрения электронной коммерции, не сталкиваются с большими проблемами в финансировании. Инвесторы достаточно безрассудны в погоне за электронной коммерцией, и вкладывают деньги в проекты, мало-мальски касающиеся электронной коммерции.

Ресурсом, который мог бы повернуть историю вспять и принести успех Boo.com, является эффективное руководство. Это руководство могло исходить от компаний-инвесторов проекта – Venetion, JP Morgan, LVMH. Назначение их работников на руководящие посты Boo.com могло оказать позитивное воздействие на корпоративную культуру компании помочь сфокусировать усилия на сущности взамен содержимого.

Итак, Boo.com был одним из величайших проектов Интернет – торговли, который обещал революционизировать эту отрасль. Однако он потерпел поражение, причины которого кроются в невнимании к принципам и законам электронной коммерции и неопытности команды Boo.com

Вопросы для обсуждения

1. Перечислите положительные и отрицательные моменты деятельности Boo.com.
2. Какие из принципов электронного бизнеса использовало руководство компании Boo.com? Насколько правильно были использованы эти принципы?
3. Какие из принципов электронного бизнеса не были использованы руководством компании Boo.com, но должны быть использованы в данной ситуации по вашему мнению.
4. Учитывало ли руководство Boo.com законы электронного бизнеса? Как, по вашему мнению, необходимо было бы организовать бизнес компании с учетом законов электронного бизнеса?
5. Чтобы вы сделали на месте руководства Boo.com для продвижения сайта и бизнеса компании?
6. Чтобы вы сделали на месте руководства Boo.com для спасения сайта и бизнеса компании?

Ситуационная задача № 2

Провал проекта по внедрению системы электронного снабжения E-PRO

Данное исследование посвящено разработке системы электронного снабжения для крупного сингапурского подразделения японской компании ElectroCo, специализирующегося на производстве деталей электроники.

Во время исследования головная компания представляла собой компанию, производящую аудио- и видеооборудование, телевизоры и другую бытовую электронику. Проект был предложен отделом снабжения ElectroCo в 1999 году. До этого момента большая часть деятельности отдела снабжения предполагала использование бумажных



документов: заявок на поставку, графиков доставки, бухгалтерских документов, которые отправлялись поставщикам по почте.

Предшествующие условия ElectroCo использует стратегию концентрированных закупок, которая состоит в ограничении круга поставщиков с целью получения скидок на больших объемах. Был разработан набор строгих критериев для выбора поставщиков, состоящий из 120 пунктов и занимающий как минимум 9 месяцев проверки.

Сложность заключалась в том, что даже если ElectroCo считала поставщика жизненно важным деловым партнером, обеспечивающим основные производственные компоненты, поставщики не оценивали свои взаимоотношения с ElectroCo с таким же уровнем значимости.

По словам представителя одного из поставщиков:

Нашими заказчиками выступают несколько крупнейших японских производителей электроники. Если бы мы ранжировали их в разрезе объема товарооборота, ElectroCo никогда не попал бы в первую двадцатку.

ElectroCo придерживается устных договоренностей со своими поставщиками. После наступления азиатского финансового кризиса 1997 года поставщики, стремясь помочь ElectroCo в трудное время, в добровольном порядке значительно снизили цены на свои товары. По окончании кризиса взаимоотношения между ElectroCo и его поставщиками стали напряженными, поскольку ElectroCo's отказался восстановить цены на предкризисном уровне. Один из поставщиков так объяснил свое разочарование:

Мы только хотели получить небольшую прибыль, поскольку многие из наших товаров продавались по их себестоимости. С нашей точки зрения, это было несправедливо: мы добровольно сократили наши цены, чтобы помочь им в 1997 году, как они могут потом нам отказать установить цены на более приемлемом уровне?

Несоответствие между тем, как ElectroCo оценивает значимость своих поставщиков и vice-versa (наоборот), а также разногласия в уровне цен на товары поставщиков в дальнейшем сыграли важную роль в развитии системы электронного снабжения E-PRO.

Разработка E-PRO

В декабре 1998 года начальник отдела снабжения ElectroCo предложил установить систему E-PRO для повышения эффективности работы его отдела. E-PRO должен был установить связь между отделом снабжения ElectroCo и его поставщиками. Несмотря на высокий риск, связанный с внедрением новой технологии, управляющий компанией оказал серьезную поддержку проекту, поскольку предполагал повышение эффективности работы всей компании. ИТ-менеджер был озабочен масштабами новой системы и ее сложностью, но поручил указание от управляющего участвовать в разработке системы.

Решение разработки программного обеспечения собственными силами было выбрано ввиду его меньшей стоимости по отношению к заказному решению. Хотя разработка системы предполагалась силами ИТ – отдела, на роль руководителя проекта был назначен начальник отдела снабжения. ИТ –менеджер так объяснил, почему он не получил роль руководителя проекта:

Начальник отдела снабжения работал в этой компании дольше, чем я, и он работал с этим управляющим в течение многих лет. Управляющий очевидно ценил его больше, чем меня.

Один из ИТ-аналитиков так прокомментировал положение ИТ-менеджера в организации:

Он [ИТ-менеджер] находился в тени начальника отдела снабжения. В нескольких проектах сотрудники ценили мнение начальника отдела снабжения больше, чем его. В результате, мы иногда чувствовали себя недооцененными.



Несмотря на оптимизм начальника отдела снабжения, сотрудники отдела снабжения были весьма консервативны и негативно реагировали на предстоящие перемены. Они беспокоились об автоматизации их ежедневных задач, что могло привести к сокращению работы. Поставщики же на этой стадии вообще не были проинформированы о проекте.

Начальник отдела снабжения не изучал вопрос о восприятии проекта всеми заинтересованными сторонами. Он был занят тем, чтобы угнаться за другими компаниями в масштабе внедрения приложений электронной коммерции.

Проект был запущен в январе 1999 года, его бюджет составлял

\$200,000, период реализации – 1 год. Вначале проект развивался довольно медленно из-за внутреннего сопротивления конечных пользователей. Одной из главных проблем, стоящих перед ИТ-аналитиками, стало получение информации от сотрудников отдела снабжения относительно процедур закупки, которая была необходима для создания прототипа системы.

ИТ-аналитик объясняет:

Пользователи были несклонны предоставлять нам детали их процедур покупки. Они давали нам противоречивую информацию, и в конечном итоге нам пришлось потратить много времени, сравнивая ее с действующим руководством по закупкам.

Когда начальника отдела снабжения спросили по поводу недружественного поведения его сотрудников, он признал, что его штат пытается остановить проект. Он объяснил:

Я знал точно, что они пытались сделать. Проблема была быстро решена, когда я перевел двух из них в другой отдел, а остальные получили предупреждения об их поведении. Даже если бы они все уволились, я уверен, мы могли бы продолжать, и поставщики доставляли бы материалы непосредственно в производственный отдел.

После этого разработка программного обеспечения пошла быстро и без помех. Следующий шаг для начальника отдела снабжения состоял в вовлечении поставщиков в новый проект. В июне 1999 года он созвал поставщиков на брифинг и оповестил их о новом проекте. В своем докладе он не показал большой заинтересованности в изучении мнения поставщиков по поводу внедрения новой системы. Он в действительности не ожидал какого-либо сопротивления со стороны поставщиков:

Я не видел причин, по которым поставщики могли препятствовать внедрению такой передовой технологии, которая может принести им выгоду в сроках доставки и оплаты.

Поставщики были, однако, весьма осторожны по поводу услышанной новости, и очень немногие из них высказали заинтересованность в системе. Один из поставщиков объяснил, почему он был не уверен в новой системе:

Мы уже получили приглашение от другого нашего заказчика принять участие в их системе электронного снабжения, и ответили согласием. Позже мы обнаружили множество скрытых затрат, таких как оплату за проведение транзакций, стоимость управления расчетами, комиссионные от продаж, которые выплачивались стороннему поставщику услуг. Еще хуже, даже если мы не получали заказов за данный месяц, нам все равно приходилось вносить эти всевозможные платежи.

Другой поставщик так объяснил свой отказ от участия в E-PRO:

Наша прибыль была настолько мала из-за их отказа вернуть наши цены на прежний уровень, что мы не могли позволить себе инвестировать в дополнительное оборудование для поддержания новой системы.



Несмотря на неприятие поставщиками новой системы, начальник отдела снабжения не ожидал, что такое их отношение изменит ход развития проекта. Он предполагал, что поставщики в конечном счете смягчатся и согласятся на предложение участвовать в E-PRO. Таким образом, проект продолжался развиваться планируемыми темпами.

Тем временем, поставщики были недовольны тем, что их не проинформировали о проекте в самом начале. Кроме того, неразрешенный конфликт по поводу цен на поставляемые материалы породил слухи о том, что несколько главных поставщиков могут прекратить свой бизнес с ElectroCo, что способствовало дальнейшему ухудшению ситуации.

Большинство поставщиков рассматривали E-PRO как ненужные затраты времени и средств и были склонны остановить проект. Несколько главных поставщиков призвали к созданию коалиции между поставщиками, поскольку опыт переговоров о повышении цен показал, что индивидуальные отношения с ElectroCo не дают позитивных результатов. Как стало известно позже, несколько поставщиков встретились в ходе неформального обеда для разработки плана противостояния новому проекту ElectroCo. Один из поставщиков подтвердил факт встречи:

Мы встретили за обедом и обсудили проблему E-PRO, а также возможность нашего влияния на решение ElectroCo о прекращении внедрения системы до решения вопроса об урегулировании цен. Для нас действительно было бесцельно продолжать бизнес с ElectroCo на существующем уровне цен.

В октябре 1999 года поставщики официально информировали начальника отдела снабжения об их желании закрыть проект. В тот момент E-PRO был практически завершен и использовал большую часть своего бюджета. Начальник отдела снабжения отклонил их предложение и потребовал от них полноценного участия в новой системе. Начальник отдела снабжения был непоколебим и не позволял поставщикам воздействовать на его проект. Он прокомментировал:

Мы имели право внедрить любую систему, которую мы считали выгодной для компании. Если они хотели продолжать бизнес с нами, им пришлось бы подчиниться нашим условиям.

Следующие два месяца были периодом неуверенности для некоторых из членов команды проекта и поставщиков. Информация о создании коалиции поставщиков встревожила команду внедрения в ElectroCo. Несмотря на оптимизм начальника отдела снабжения, ситуация была очень неблагоприятной. Для продвижения своей позиции, поставщики информировали ИТ-менеджера об их отношении к новому проекту. ИТ-менеджер был полон сочувствия, но не мог предложить им никакой помощи. Однако, понимая серьезность вопроса, ИТ-менеджер через голову начальника отдела снабжения проинформировал управляющего об оппозиции поставщиков новому проекту. ИТ-менеджер так объяснил причины этого поступка:

Если говорить откровенно, я не понимаю, почему все эти годы управляющий так высоко ценил начальника отдела снабжения. В данном случае, он, возможно, сделал ошибку, назначив его начальником ИТ-проекта.

Поскольку управляющий не был вовлечен в развитие проекта, он был удивлен оппозицией поставщиков. Он был уверен, что работа над проектом продвигается без препятствий. Он прокомментировал:



Начальник отдела снабжения в нескольких разговорах уверил меня, что разработка проекта проходит весьма успешно. Я был полностью ошеломлен известием о том, что поставщики не поддержали новую систему.

Управляющий немедленно созвал совещание всех участников проекта, в том числе поставщиков. Согласно информации, собранной позже исследователями, обсуждение на этой встрече происходило очень бурно, и начальник отдела снабжения жаловался:

Они пробовали отложить наш проект, чтобы заставить нас решить вопрос о повышении закупочных цен. Я был уверен, что мы должны продолжать проект.

Хотя управляющий был склонен прийти к согласию в вопросе урегулирования цен, поставщики отказались пойти на компромисс. Несколько главных поставщиков угрожали немедленным прекращением поставок при условии продолжения разработки проекта. ИТ-менеджер и его аналитики отказались вмешиваться в конфликт и молчали. Сотрудники отдела снабжения боялись противостоять своему начальнику и поддержали новую систему. Во время интервью один из них так объяснил свое поведение:

Двое из наших коллег были перемещены в другой отдел после того, как они выразили отказ от использования новой системы. Поэтому нетрудно понять, почему остальные решили принять новую систему.

После тщательного рассмотрения позиций всех заинтересованных сторон управляющий решил остановить проект. По словам одного из членов проекта, ситуация с поставщиками закончилась «выигранной конфронтацией». В своем интервью причиной аннулирования проекта управляющий назвал неправильное управление ситуацией со стороны начальника отдела снабжения. По его словам, после обнаружения недовольства поставщиков ценами на поставляемые ими товары, начальник отдела снабжения должен был рассмотреть их предложения и предложить им конкретные решения. Даже если бы его усилия не привели к желаемому результату, он должен был незамедлительно доложить высшему руководству, а не держать его в неведении. На вопрос, почему он принял решение остановить проект, управляющий ответил:

Поставщики были решительны и едины в вопросе закрытия проекта. Вопрос урегулирования цен должен был быть решен до того, как проект мог бы продолжиться. Это было бы катастрофой, если они все покинули нас. Все производство могло остановиться. Нам, возможно, придется пересмотреть нашу стратегию снабжения, чтобы избежать возникновения таких ситуаций в дальнейшем.

Вопросы для обсуждения

1. Сформулируйте причины провала проекта E-PRO.
2. Какая стратегия электронного снабжения была выбрана руководством компании? Целесообразно ли применение данной стратегии в рассмотренной ситуации? Ответ поясните.
3. Каким образом и на каком этапе можно было спасти проект?
4. Как, по вашему мнению, руководству компании ElectroCo необходимо было организовать работу, чтобы проект E-PRO был реализован успешно?



4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРУ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

4.1 Методические указания по проведению текущего контроля

4.1.1 Письменная работа

1.	Сроки проведения текущего контроля	После изучения соответствующих тем дисциплины
2.	Место и время проведения текущего контроля	В учебной аудитории во время занятия
3.	Требование к техническому оснащению аудитории	В соответствии с паспортом аудитории
4.	Ф.И.О. преподавателя (ей), проводящих процедуру контроля	
5.	Вид и форма заданий	Письменная работа
6.	Время проведения опроса	30 минут
7.	Возможность использования дополнительных материалов:	Обучающийся не может пользоваться дополнительными материалами
8.	Ф.И.О. преподавателя (ей), обрабатывающих результаты	
9.	Методы оценки результатов	Экспертный
10.	Предъявление результатов	Оценка выставляется в журнал и доводится до сведения обучающихся в конце опроса
11.	Апелляция результатов	В порядке, установленном нормативными документами, регулируемыми образовательный процесс в ФГБОУ ВО Уральский ГАУ

4.1.2 Практические задания

12.	Сроки проведения текущего контроля	После изучения соответствующих тем дисциплины
13.	Место и время проведения текущего контроля	В учебной аудитории во время занятия
14.	Требование к техническому оснащению аудитории	В соответствии с паспортом аудитории
15.	Ф.И.О. преподавателя (ей), проводящих процедуру контроля	
16.	Вид и форма заданий	Практическая задача
17.	Время решения практических задач	Во время практических занятий



18.	Возможность использования дополнительных материалов:	Обучающийся может пользоваться дополнительными материалами
19.	Ф.И.О. преподавателя (ей), обрабатывающих результаты	
20.	Методы оценки результатов	Экспертный
21.	Предъявление результатов	Оценка выставляется в журнал и доводится до сведения обучающихся после решения практической задачи
22.	Апелляция результатов	В порядке, установленном нормативными документами, регулирующими образовательный процесс в ФГБОУ ВО Уральский ГАУ

4.1.3 Решение ситуационных задач

1.	Сроки проведения текущего контроля	После изучения соответствующих тем дисциплины
2.	Место и время проведения текущего контроля	В учебной аудитории во время занятия
3.	Требование к техническому оснащению аудитории	В соответствии с паспортом аудитории
4.	Ф.И.О. преподавателя (ей), проводящих процедуру контроля	
5.	Вид и форма заданий	Ситуационная задача
6.	Время проведения опроса	30 минут
7.	Возможность использования дополнительных материалов:	Обучающийся не может пользоваться дополнительными материалами
8.	Ф.И.О. преподавателя (ей), обрабатывающих результаты	
9.	Методы оценки результатов	Экспертный
10.	Предъявление результатов	Оценка выставляется в журнал и доводится до сведения обучающихся в конце опроса
11.	Апелляция результатов	В порядке, установленном нормативными документами, регулирующими образовательный процесс в ФГБОУ ВО Уральский ГАУ



4.2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

Контроль текущей успеваемости обучающихся – текущая аттестация – проводится в ходе семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний; формирования у них умений и навыков; своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке; совершенствованию методики обучения; организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся:

- на занятиях (опрос, тестирования, круглый стол, решение задач, творческие задания, деловая игра);
- по результатам выполнения индивидуальных заданий;
- по результатам проверки качества конспектов лекций и иных материалов;
- по результатам отчета обучающихся в ходе индивидуальной консультации преподавателя, проводимой в часы самоподготовки, по имеющимся задолженностям.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине требованиям ФГОС ВО в форме предусмотренной учебным планом.

Промежуточная аттестация проводится после завершения изучения дисциплины в объеме рабочей учебной программы. Форма определяется кафедрой (устный – по билетам, либо путем собеседования по вопросам; письменная работа, тестирование и др.). Оценка по результатам экзамена – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» (оценка по результатам зачета – «зачтено» или «не зачтено»).

Каждая компетенция (или ее часть) проверяется теоретическими вопросами, позволяющими оценить уровень освоения обучающимися знаний и практическими заданиями, выявляющими степень сформированности умений и навыков.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки (на каждом занятии).
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание.