

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет**  
**им. Н.И. Лобачевского»**  
**(ННГУ)**

Институт экономики и предпринимательства

УТВЕРЖДЕНО  
решением президиума Ученого совета ННГУ  
протокол от  
«20» апреля 2021 г. № 1

**Рабочая программа дисциплины**  
**Информационные технологии интернет-бизнеса**

Направление подготовки  
**38.03.01 «Экономика»**

Профиль подготовки  
**«Экономика, международный бизнес и предпринимательство»**

Квалификация (степень) выпускника  
бакалавр

Форма обучения  
Очная, очно-заочная, заочная

Нижний Новгород  
2021

## 1. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ДВ.10.02 Информационные технологии интернет бизнеса» относится к обязательной части.

Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	
Блок 1. Дисциплины (модули) Обязательная часть	Дисциплина Б1.В.ДВ.10.02 Информационные технологии интернет бизнеса» относится к обязательной части ООП направления подготовки 38.03.01 «Экономика»

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников)

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ОПК-1: способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>31 (ОПК-1) Требования современных стандартов, поставщиков и покупателей к документационному обеспечению продаж и покупок через Интернет; риски, связанные с оформлением и передачей документов через интернет; риски, связанные с деятельностью виртуальных похитителей денежных средств;</li> </ul> <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>У1 (ОПК-1) Анализировать задачи (функции, бизнес-процессы) компаний в сфере интернет-технологий ведения бизнеса;</li> </ul> <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>В1 (ОПК-1) Навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности, связанной с созданием и использованием интернет-технологий ведения бизнеса;</li> </ul>
ОПК-2: способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>31 (ОПК-2) Методы мониторинга (наблюдения, учета, анализа) поведения посетителей бизнес-сайтов на основе использования веб-аналитики и современных интернет-сервисов в целях последующей разработки и модернизации проектных решений</li> </ul> <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>У1 (ОПК-2) Использовать методы мониторинга поведения посетителей бизнес-сайтов на основе использования веб-аналитики и современных интернет-сервисов;</li> </ul> <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>В1 (ОПК-2) Методами сбора и анализа информации о конкурентах на основе современных интернет-сервисов, а также практического применения опыта конкурентов.</li> </ul>
ПК-10: способность	<u>Знать:</u>

использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	<ul style="list-style-type: none"> <li>31 (ПК-10) Современные информационные технологии, используемые для решения коммуникативных задач на основе Интернета. <u>Уметь:</u></li> <li>У1 (ПК-10) Анализировать бизнес-процессы деловых (в том числе, маркетинговых) коммуникаций и продаж через Интернет. <u>Владеть:</u></li> <li>В1 (ПК-10) Навыками совершенствования бизнес-процессов деловых коммуникаций и продаж через Интернет.</li> </ul>
---	--

### 3. Структура и содержание дисциплины (модуля) «Информационные технологии интернет бизнеса»

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>4 ЗЕТ</b>	<b>4 ЗЕТ</b>	<b>4 ЗЕТ</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>144</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
<b>в том числе</b>			
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>14</b>
- занятия лекционного типа	14	14	4
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	14	14	8
<b>самостоятельная работа</b>	<b>60</b>	<b>78</b>	<b>121</b>
<b>КСР</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Промежуточная аттестация – экзамен</b>	<b>54</b>	<b>36</b>	<b>9</b>

#### 3.2. Содержание дисциплины

##### Содержание дисциплины (модуля)

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), форма промежуточной аттестации по	Всего (часы)	В том числе					
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы					Самостоятельная работа обучающегося, часы
		из них					
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Контроль самостоятельной работы	Всего	

дисциплине (модулю)	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная			
Тема 1. Понятие и сущность интернет-экономики	6	8	10	1	1	0,5	1	1	0,5						2	2	1	4	6	9	
Тема 2. Электронный бизнес и электронная коммерция	6	8	10	1	1	0,5	1	1	0,5						2	2	1	4	6	9	
Тема 3. Основные характеристики интернет-аудитории	6	10	10	1	1	0,5	1	1	0,5						2	2	1	4	6	9	
Тема 4. Глобальная сеть интернет	6	8	9,5	1	1		1	1	0,5						2	2	0,5	4	6	9	
Тема 5. Основные ресурсы и сервисы в сети интернет	6	8	10	1	1	0,5	1	1	0,5						2	2	1	4	6	9	
Тема 6. Введение в интернет – маркетинг	6	8	10	1	1		1	1	1						2	2	1	4	6	9	
Тема 7. Web – сайт как инструмент маркетинга в интернете	6	8	10	1	1		1	1	1						2	2	1	4	6	9	
Тема 8. Организация маркетинговых исследований в сети интернет	6	8	10	1	1	0,5	1	1	0,5						2	2	1	4	6	9	
Тема 9. Товарная политика и рынок услуг в интернет	6	8	10	1	1	0,5	1	1	0,5						2	2	1	4	6	9	
Тема 10.Продвижение в сети интернет	8	10	10	2	2	0,5	2	2	0,5						4	4	1	4	6	9	
Тема 11. Электронные торговые системы	6	8	10	1	1	0,5	1	1	0,5						2	2	1	4	6	9	
Тема 12. Платежные системы в интернете	6	8	9,5	1	1		1	1	0,5						2	2	0,5	4	6	9	
Тема 13. Управление	16	8	16	1	1		1	1	1				2	2	2	4	2	3	12	6	13

интернет бизнесом																				
В т.ч. текущий контроль	2	2	2												2	2	2			
Промежуточная аттестация - экзамен	54	36	9																	
Итого	144	144	144	14	14	4	14	14	8						30	30	14	60	78	121

Практические занятия (семинарские занятия /лабораторные работы) организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает: выполнение проекта и решение прикладной задачи кейса.

На проведение практических занятий (семинарских занятий /лабораторных работ) в форме практической подготовки отводится 6 часов.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических организационно-управленческих навыков в соответствии с профилем ОП: поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных экономических расчетов; обработка массивов экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализ, оценка, интерпретация полученных результатов и обоснование выводов; построение стандартных теоретических и эконометрических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к области профессиональной деятельности, анализ и интерпретация полученных результатов; проведение статистических обследований, опросов, анкетирования и первичная обработка их результатов.

- компетенций - ПК-10.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Важной составной частью обучения студентов является самостоятельная работа, которая подразумевает следующие виды работ: самостоятельная работа над пройденным материалом при помощи лекционного материала, а также основной и дополнительной литературы; самостоятельная работа по подготовке к семинарским и практическим занятиям по заданию преподавателя; самостоятельная работа по подготовке к тестированию и контрольным работам; самостоятельная работа по подготовке к экзамену.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс Информационные технологии интернет бизнеса по адресу <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=10283>, созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru>.

## 5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) «Информационные технологии интернет бизнеса»

включающий:

### 5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonstrированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonstrированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с	Продemonstrированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonstrированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном	Продemonstrированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов

				недочетами.		объеме.	
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
	<b>превосходно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
<b>зачтено</b>	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»

<b>не зачтено</b>	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

## 5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

### 5.2.1 Контрольные вопросы

Вопросы	Код формируемой компетенции
1. Определение и назначение информационных технологий интернет бизнеса	ОПК-1
2. Понятие интернет экономики.	ОПК-1
3. Сравнительная характеристика традиционной и интернет-экономики	ОПК-1
4. Сущность информации как продукта сетевой экономики.	ОПК-1
5. Свойства информации в интернет-бизнесе	ОПК-1
6. Законодательная база интернет бизнеса	ОПК-2
7. Определение интернет бизнеса и электронной коммерции.	ОПК-1
8. Понятие и функции электронной коммерции.	ОПК-1
9. Преимущества электронной коммерции.	ОПК-1
10. Категории электронного бизнеса.	ОПК-1
11. Основные определения сети интернет: единица информации и структурная единица информации.	ОПК-2
12. Адресация в сети интернет.	ОПК-1
13. Система доменных имен.	ОПК-1
14. Понятие браузера. Основные понятия браузера.	ОПК-1
15. Виды доступа в Интернет.	ОПК-1
16. Понятие интернет – маркетинга. Возможности использования интернета.	ОПК-1
17. Особенности интернет – маркетинга.	ОПК-1
18. Появление и развитие глобальной сети интернет.	ОПК-1
19. Определение и задача поисковых систем. Привести примеры поисковых систем.	ОПК-2
20. Состав поисковых систем.	ОПК-2
21. Язык поисковых запросов.	ОПК-2
22. Характеристики работы поисковых систем.	ОПК-2



23.	Сайт. Классификация сайтов.	ОПК-1
24.	Процесс создания сайтов.	ОПК-1
25.	Понятие маркетинговая информационная система. Преимущества МИС.	ОПК-2
26.	Влияние интернета на МИС.	ОПК-2
27.	Маркетинговые исследования. Понятие, цели и этапы.	ОПК-2
28.	Источники данных в интернете.	ОПК-2
29.	Методы сбора вторичной информации.	ОПК-2
30.	Методы сбора первичной информации.	ОПК-2
31.	Активный и пассивный методы сбора информации. Достоинства и недостатки.	ОПК-2
32.	Понятие товара в интернете. Классификация товаров.	ПК-10
33.	Организация сервисного обслуживания.	ПК-10
34.	Рынок услуг, оказываемых через интернет.	ПК-10
35.	Понятие рекламы. Её особенность в интернете. Двухуровневое строение рекламы.	ПК-10
36.	Основные виды рекламы, используемые в интернете.	ПК-10
37.	Фазы взаимодействия пользователя с рекламой.	ПК-10
38.	Ценовые модели размещения рекламы.	ПК-10
39.	Эффективность рекламной кампании.	ПК-10
40.	Понятие интернет – магазинов. Особенности интернет – магазинов.	ПК-10
41.	Классификация виртуальных магазинов.	ПК-10
42.	Схема взаимодействия покупателя с виртуальным магазином.	ПК-10
43.	Доставка товара.	ПК-10
44.	Понятие платежной системы.	ПК-10
45.	Достоинства и недостатки платежных систем в интернете.	ПК-10
46.	Классификация платежных систем.	ПК-10
47.	Российские платежные системы: описание, схема работы, обеспечение безопасности, тарифы.	ПК-10
48.	Управление интернет-бизнесом	ПК-10

### 5.2.2. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции

#### Тестирование

#### ОПК-1

1. 187.124.60.43 — это  
IP-адрес  
URL-адрес

2. Web-страницу можно создать с помощью Web-мастера графического редактора PowerPoint любого текстового редактора, воспринимающего ASCII только с помощью редактора Блокнот специальных редакторов документов, например MS FrontPage, HTMLPad

3. Выберите вариант, содержащий необязательные тэги  
<html>, <head>, <font>  
<html>, <head>, </body>,  
</html>, </head>, <body>

4. Выберите правильный список форматов графических файлов, применяемых для размещения в Интернет  
gif, jpg  
pdf, wmf  
pmt, bmp

5. В форме указано следующее action=mailto:ivanovserg@mail.ru?subject=Opros, ... . В данном случае электронный адрес — это  
адрес организатора опроса  
адрес участника опроса

6. Каким образом в поисковых системах строятся каталоги?  
автоматически  
в диалоговом режиме  
людьми  
программами-роботами

7. Наиболее популярным является формат баннера  
100x100 (125x125) (SquareBanner)  
468x60 (FullBanner)  
88x31/88x62 (MicroButton/MacroButton)

8. Особенностью российской электронной торговли является  
недостаточное количество компьютеров, подключенных к Интернет  
недоверие покупателей к продажам через Интернет  
низкое качество предлагаемой продукции

9. Показателем того, что пользователь заинтересовался сайтом является следующее:  
пользователь загрузил ресурс, рекламируемый баннером на главной странице  
пользователь посетил не только главную страницу, но и некоторые другие  
несколько пользователей с одного IP-адреса посетили сайт

## **ОПК-2**

10. При выполнении какого тэга шрифт на странице будет красного цвета?  
<FONT color=red>  
<BODY bgcolor=red>

11. После выполнения тэгов <title> домашняя страница Васи </title> текст отобразится  
в качестве заголовка на странице  
в качестве заголовка первого уровня на странице  
в левом верхнем углу окна браузера  
в левом верхнем углу окна браузера и в качестве заголовка первого уровня на странице

12. Самым крупным на странице будет заголовок, заключенный в тэг  
<H1></H1>  
<H3></H3>  
<H6></H6>

13. Таблица описана двумя парами тэгов <TR> и шестью парами тэгов <TD>. Сколько в ней строк и столбцов?  
4 строки, 6 столбцов

два столбца три строки  
две строки, три столбца

14. Тэг <ul>

отвечает за создание  
маркированного списка  
многоуровневого списка  
нумерованного списка  
этот тэг не имеет отношения к созданию списков

15. К какому виду Интернет-аукциона относится данное утверждение: «Используется открытый формат предложений. Продавец назначает начальную цену, далее покупатели вступают в конкретную борьбу. Побеждает тот, кто на момент окончания аукционной борьбы предложил наивысшую цену»?

- a. Аукцион одновременного предложения
- b. Стандартный аукцион
- c. Голландский аукцион
- d. Аукцион закрытых предложений
- e. Двойной аукцион

16. Какая из категорий покупателей обычно посещают сайты известных и заслуживающих доверия продавцов. Они больше всего удовлетворены электронной коммерцией и проводят больше всех времени в сети?

- a. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)
- b. «BrandLoyalists» (любители известных марок)
- c. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)
- d. «E – bivalentNewbies» (е-бивалентные «чайники»)
- e. «Time – SensitiveMaterialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)
- f. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)

17. Какая из категорий покупателей покупают в сети из-за удобства и для экономии времени?

- a. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)
- b. «Time – SensitiveMaterialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)
- c. «E – bivalentNewbies» (е-бивалентные «чайники»)
- d. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)
- e. «BrandLoyalists» (любители известных марок)
- f. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)

18. Для чего создаются дискуссионные листы?

- a. Предназначены для определенной целевой аудитории
- b. Для рассылки индивидуальных писем
- c. Для обмена информацией или обсуждения вопросов по выбранной теме, принимать участие могут все желающие

#### ПК-10

19. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие сколько-нибудь значительных трудностей в распространении товаров среди достаточно большой аудитории покупателей (потребителей)»?

- a. Модель Интернет – экономики
- b. Модель традиционной экономики

20. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей»?

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет – экономики

21. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей»?

- a. Модель Интернет – экономики
- b. Модель традиционной экономики

22. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Наличие проблемы обеспечения сохранности электронных денег у покупателей, что обуславливается надежностью принятой к использованию безналичной платежной системы»?

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет – экономики

23. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Привлечение капитала усложнено из-за необходимого строгого обоснования его последующего использования посредством разработки бизнес-плана»?

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет – экономики

24. Какой модели экономики относится данное утверждение: «Эффективность функционирования электронного магазина обнаруживается в течении нескольких месяцев их эксплуатации»?

- a. Модель традиционной экономики
- b. Модель Интернет-экономики

### **Кейсовые задания**

#### **ОПК-1:**

1. Найти нормативно-правовые документы, регламентирующие рекламную деятельность компаний в Интернете (в другой сфере).

2. Приведите существенные фрагменты нормативных актов, регулирующих применение заданных интернет-технологий.

3. Описать бизнес-процессы поиска и покупки товаров через интернет, каналы сбыта и маркетинговые коммуникации.

#### **ОПК-2:**

4. Зарегистрируйтесь на портале «Госуслуги» и определите услуги, которые представляют интерес для заданной компании, физического лица.

5. Проанализировать реальные ситуации мошенничества – снятия через Интернет денежных средств со счетов компаний. Разработать мероприятия по защите денежных средств от виртуальных похитителей.

#### **ПК-10**

6. Провести анализ реальных ситуаций, связанных с приобретением товаров у поставщиков. Оценить риски бизнеса и принять правильные решения.

7. Организация реализовала первый этап рекламной кампании с размещением объявлений контекстной рекламы в четырех поисковых системах (площадках) с заданными четырьмя бюджетами. По результатам этапа получен отчет, содержащий следующие показатели по каждой рекламной площадке: количество показов рекламных объявлений, количество кликов, стоимость одного клика, количество продаж, выручка от продаж. В целях последующего наиболее эффективного использования бюджетов рекламной компании разработать тактику, связанную с уменьшением или увеличением каждого из четырех бюджетов.

### **Практические задания**

#### **БРИФ НА СОЗДАНИЕ САЙТА (ОПК-2)**

Выявление полного спектра требований и пожеланий клиента к разрабатываемому сайту – достаточно длительный процесс. К счастью, его можно заметно ускорить, сводя к минимуму разговоры и существенно экономя Ваше время. С этой целью мы предлагаем Вам заполнить бриф на создание сайта.

Бриф - это своего рода анкета, с помощью которой Вы сможете отобразить свои требования и пожелания к сайту, который Вы хотите заказать. Заполнив бриф, Вы не только лишний раз проанализируете будущий проект,

но и будете четко представлять себе его окончательный вид. Качественно заполненный бриф – экономит массу времени, расходуемое, как правило, на согласовании деталей.

Пожалуйста, отвечайте на вопросы развернуто, в свободной форме, внимательно вчитываясь в каждый вопрос. На основе этого брифа будет составлено техническое задание, являющееся приложением договора, по которому будет вестись работа над Вашим проектом.

Сделать действительно точную оценку стоимости услуг можно только после получения подробного описания задачи на создание сайта с перечнем всех самых важных моментов и требований, которые разработчику следует учитывать. От того, насколько детально будет поставлена задача исполнителю, напрямую зависит как качество результата, так и душевное спокойствие сторон в процессе работы.

### 1. Информация о компании

Название компании (или название проекта, для которого делается сайт)	
Представитель компании (заказчик)	
Контактные данные (Телефон, E-mail)	
Существующий сайт (если есть)	
Планируемый адрес сайта	
Желаемая дата сдачи проекта (deadline)	

### 2. Информация об услугах

Целевая группа воздействия	<ul style="list-style-type: none"> <li>• владельцы бизнеса</li> <li>• директора</li> <li>• менеджеры</li> <li>• технические работники, рабочие</li> <li>• научные работники, профессеры, студенты</li> <li>• домохозяйки</li> <li>• дети</li> <li>• другое (описать)</li> <li>• всё категории общества</li> </ul>
Информация о продуктах, услугах	
Конкуренты в сфере деятельности (ссылки)	
Компаньоны в сфере деятельности (ссылки)	
Цели создания сайта	

### 3. Информация о существующем фирменном стиле (да/нет)

	Наличие (да/нет)	Есть ли исходник в кривых (да/нет)?
Логотип		
Фирменные цвета		
Фирменный стиль		
Фирменные персонажи, образы		

### 4. Какие задачи должен выполнять сайт (да/нет)?

Привлечение новых клиентов (Опишите кратко продукцию. Например, бытовая техника, лекарственные препараты и т. д.):	
Привлечение новых читателей (для сайта СМИ) (Опишите материалы для читателей, например — статьи о кулинарии, новости и т. д.)	
Стимулирование повторных визитов. (За счет чего? Например - за счет постоянного обновления новостей, информации, которая была бы интересна пользователям и т. д.)	
Другие задачи (Опишите)	

**5. Какого типа должен быть Ваш сайт** (выберите вариант)

- ☐ Промо-сайт (Продвижение товаров и услуг)  
☐ Сайт-визитка (Общая информация о компании и ее координаты)  
☐ Корпоративный сайт (Подробная информация о компании. Каталог товаров и/или услуг, без возможности оформления заказов на сайте.)  
☐ Интернет-магазин (Продажа товаров и/или услуги с заказом и оплатой товаров)  
☐ Информационный портал (Предоставление посетителям большого объема различной информации)  
☐ Ваш вариант (опишите)

**6. Дополнительные языковые версии сайта**

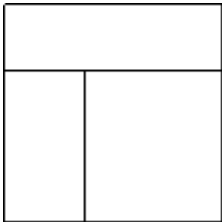
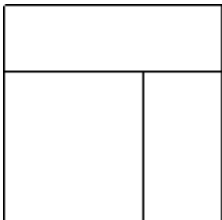
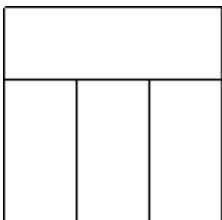
- ☐ Английская версия  
☐ Немецкая версия  
☐ Другая версия

**7. На какой информации должен акцентировать дизайн внимание посетителя сайта?** (да/нет в правой колонке)

На слогане, лозунге компании (предоставьте слоган)	
На информации о компании	
На услугах компании	
На координатах местоположения офиса компании	
На визуальных образах, отражающих деятельность и подачу компании на рынке	
На новинках продукции и услуг компании	
На уникальности услуг и продукции компании	
На выгодной ценовой политике	
Дополнительно (опишите)	

**8. Технические требования к сайту** (выделить подходящие варианты, где необходимо — дать развернутый ответ)

Ориентирование на размер экрана (в дюймах)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• КПК</li> <li>• 14"</li> <li>• 15"</li> <li>• 17"</li> <li>• 19"</li> <li>• 21"</li> <li>• И более</li> </ul>
Разрешение экрана (в пикселях)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 800x600</li> <li>• 1024x768</li> <li>• 1152x864</li> <li>• 1280x1024</li> </ul>

Развертка страницы	<ul style="list-style-type: none"> <li>• жесткая левосторонняя/правосторонняя <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Жесткая только по ширине</li> <li>○ Жесткая только по высоте</li> <li>○ Жесткая и по ширине и по высоте</li> </ul> </li> <li>• жесткая по центру <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Жесткая только по ширине</li> <li>○ Жесткая только по высоте</li> <li>○ Жесткая и по ширине и по высоте</li> </ul> </li> <li>• резиновая (растягивающаяся по размеру экрана монитора)</li> <li>• не важно</li> </ul>
Типовая структура страницы (модульная сетка), размещение блоков на ней	<ul style="list-style-type: none"> <li>• </li> <li>• </li> <li>• </li> </ul>
Технические параметры хостинга, на котором предполагается размещение сайта или интернет-адрес хостера (описать)	
Система управления сайтом (Движок сайта)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• необходим статичный ресурс без системы управления сайтом</li> <li>• необходим ресурс с системой управления; лицензия на необходимую CMS уже куплена <ul style="list-style-type: none"> <li>○ UmiCms</li> <li>○ NetcatCms</li> <li>○ Abo.Cms</li> <li>○ Drupal</li> <li>○ Wordpress</li> <li>○ Joomla</li> <li>○ Другая</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• необходим ресурс с системой управления; заказчик предоставляет выбор системы на усмотрение разработчика, при необходимости готов оплатить ее лицензию</li> </ul>
Наполнение готового сайта информацией	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Не требуется</li> <li>• Требуется. Материалы подготовлены и будут предоставлены заказчиком</li> </ul>

**9. Описание дизайна сайта** (выделить подходящие варианты, где необходимо — дать развернутый ответ)

Укажите адреса сайтов, которые Вам нравятся по дизайну либо по другим параметрам. Прокомментируйте каждый из них. (комментировать можно кратко)	
Укажите адреса сайтов, которые Вам не нравятся по дизайну либо по другим параметрам. Прокомментируйте каждый из них. (комментировать можно кратко)	
Выберите стилистику сайта	<input type="checkbox"/> Консервативный <input type="checkbox"/> Строгий <input type="checkbox"/> Современный <input type="checkbox"/> Абстрактный <input type="checkbox"/> Статичный <input type="checkbox"/> Динамичный <input type="checkbox"/> На усмотрение дизайнера
Цветовая гамма	<ul style="list-style-type: none"> <li>• только цвета фирменного стиля</li> <li>• цвета фирменного стиля и любые сочетания с ними</li> <li>• только кричащие, динамичные локальные цвета (красный, синий, желтый, зеленый)</li> <li>• только мягкие пастельные цвета</li> <li>• монохром (черный, белый, оттенки серого)</li> <li>• другие приемлемые сочетания (перечислить)</li> <li>• кислотные флюорисцентные цвета</li> <li>• на усмотрение дизайнера</li> </ul>



Использование графики	<ul style="list-style-type: none"> <li>• графика не нужна</li> <li>• абстракции</li> <li>• люди</li> <li>• животные</li> <li>• растения</li> <li>• техника</li> <li>• бытовые предметы</li> <li>• неживая природа (указать примеры)</li> <li>• орнаменты</li> <li>• специфическая графика (предоставление материала обязательно)</li> <li>• на усмотрение дизайнера</li> <li>• другое (перечислить)</li> </ul>
Количество вариантов дизайна	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1</li> <li>• 2</li> <li>• Другое (указать)</li> </ul>
Различны ли главная и внутренняя страницы сайта?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Да, различны, поэтому необходимо изготовление дизайн-макета как главной, так и внутренней страниц сайта</li> <li>• Нет, одинаковы, предполагается «сквозной» дизайн всех страниц, поэтому необходимо создание дизайна только для главной страницы</li> </ul>
Необходима ли флеш-анимация?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Нет</li> <li>• Да (описать требования к анимации)</li> </ul>
Наличие счетчиков для сбора статистики	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Нет</li> <li>• Да</li> </ul>
Иллюстрации	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Не требуются. На сайте предполагается использование готовых клипартов из стоков, а также простая графика.</li> <li>• Требуются. Все иллюстрации будут предоставлены заказчиком.</li> <li>• Требуются. У заказчика есть конкретные требования к качеству и количеству иллюстраций (список требований приложить к брифу). Заказчик готов оплатить данный вид работ.</li> <li>• Требуются. Заказчик хочет уникальную графику на проект, однако не имеет конкретного представления о ней. Заказчик готов доверить этот вопрос дизайнеру и оплатить данный вид работ.</li> </ul>
Пиктограммы (иконки)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Иконки не нужны</li> <li>• Иконки нужны и будут предоставлены заказчиком</li> <li>• Иконки нужны, и их необходимо создать (указать место их применения в дизайне сайта, желаемый размер, тематику, стиль, если есть представление о них)</li> </ul>
Создание карты проезда	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Требуется</li> <li>• Не требуется</li> </ul>
Особые пожелания по дизайну	

### 10. Структура страниц

Структура сайта (меню, подменю и т.д.)	
Блоки и элементы, обязательно присутствующие на главной странице (перечисление, формат вывода)	
Блоки и элементы, обязательно присутствующие на внутренних страницах (перечисление, формат)	
Баннеры	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Баннеры на страницах не планируются</li> <li>• Планируются баннеры (указать количество, требования к расположению и размеры)</li> </ul>

### 11. Модули сайта (выбор необходимых функций сайта)

	Да/нет	Примеры выполнения (если есть; адреса сайтов)
Поиск по сайту		
Поиск по каталогу товаров и услуг с заданием параметров (расширенный поиск)		
Информационные блоки		
Веб-формы		
Форумы		
Подписка, рассылка		
Голосование (Опросы)		
Блоги		
Фотогалерея / портфолио		
Защита форм картинкой (captcha)		
Реклама (управление баннерами)		
Техподдержка (онлайн консультации)		
Каталог товаров		
Интернет-магазин		
Облако тегов		
Управление ссылками		
Другие (указать)		

### Практическое задание «Анализ сайта» (ПК-10)

По результатам анализа студент представляет преподавателю отчет в формате Microsoft Word следующей структуры:

1. Титульный лист;
2. Общее описание сайта:
  - а. Адрес сайта;

- b. Тематика сайта;
  - c. Сведения о разработчике сайта (если имеются);
  - d. Главная страница сайта (рисунок);
3. Характеристика сайта:
- a. Используемая система навигации по страницам сайта (что удобно, что не удобно);
  - b. Наличие возможности поиска информации по сайту;
  - c. Наличие обратной связи (возможность написать электронное письмо авторам или оставить свое сообщение на форуме);
  - d. Информационное наполнение сайта (полнота, достоверность информации, степень охвата исследуемого вопроса);
  - e. Эргономичность (цветовая гамма, легкость поиска нужной информации, удобство навигации по разделам сайта и т.д.);
4. Выводы:
- a. Недостатки сайта (чего не хватает, что неудобно с точки зрения использования сайта);
  - b. Достоинства сайта с точки зрения пользователя.

**Практическое задание «Маркетинговое исследование конкурентов на интернет-рынке (на основе вторичной информации)» (ПК-10)**

1. Цель.

Получение умений и навыков по сбору и анализу вторичной информации с помощью Интернет с целью получения данных о состоянии рынка, тенденциях развития, проблемах, конкурентного анализа, изучения фирменной структуры рынка и потребителей.

2. Задачи исследования.

Данное исследование основывается на сборе вторичной информации, предоставленной на сайтах компаний с ее последующей обработкой методами, применяемыми при традиционных маркетинговых исследованиях, а также на сборе и анализе опубликованной в Интернет информации. Оно позволяет:

- определить структуру конкурентного рынка;
- выявление и классификация конкурентов;
- анализ деятельности конкурентов и результатов;

3. Выбор рынка и продукции.

4. Поиск информации.

В качестве методов для нахождения необходимой информации в Интернет можно выделить следующие:

- Сбор информации с помощью поисковых систем Rambler, Yandex, Aport с учетом функции расширенного поиска или основных операторов поиска.
- Поиск в Web-каталогах (Объем информации в каталогах ограничен, поэтому может служить отправной точкой для дальнейшего поиска).
- Использование «Желтых страниц».
- Поиск с использованием тематических сайтов.
- Поиск по ссылкам, расположенным на сайтах.

Этапы выполнения поиска:

- 1) Выбор ключевых слов поиска
- 2) Просмотр и выбор основных тематических web-сайтов или ссылок с учетом российских производителей и продавцов, продукции, прайс-листов и наличия необходимой информации. Полученные данные занести в таблицу с использованием MicrosoftWord.

Название web-сайта	Название предприятия	Реквизиты	Сведения о компании	Примечания

- 3) Определение критериев сравнительного анализа производителей.

Название предприятия	Выпускаемое оборудование	Цена	Условия поставки	Послепродажное обслуживание

4. Обработка и анализ полученной информации
5. Составление отчета

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля) «Информационные технологии интернет-бизнеса»**

а) основная литература:

1. Гуриков, С. Р. Интернет-технологии : учебное пособие / С. Р. Гуриков. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 184 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-00091-448-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/995496>;
2. Голицына, О. Л. Информационные системы и технологии : учебное пособие / О.Л. Голицына, Н.В. Максимов, И.И. Попов. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 400 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-592-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1138895>;
3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091183>;

б) дополнительная литература:

1. Васильев, Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 183 с. - ISBN 978-5-238-01346-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028903>

2. Моисеев, В. Бизнес из ничего, или Как построить интернет-компанию и не сойти с ума / Владислав Моисеев. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 224 с. - ISBN 978-5-96142-131-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1077994>

3. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я. С. Винарский, Р. Д. Гутгарц. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 269 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014219-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1001357>

4. Гаврилов, Л. П. Информационные технологии в коммерции : учебное пособие / Л. П. Гаврилов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 238 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-103100-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1064628>;

5. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина : пособие / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. — 3-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 332 с. - ISBN 978-5-394-03466-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091107>

6. Брагин, Л. А. Организация розничной торговли в сети Интернет : учебное пособие / Л. А. Брагин, Т. В. Панкина. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. — 120 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-8199-0900-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1043397>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)

1. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) / Федеральная служба государственной статистики.
2. Операционная система Microsoft Windows
3. Прикладное программное обеспечение Microsoft Office
4. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Для проведения лекционных и семинарских занятий по дисциплине используются специально оборудованные лекционные аудитории, оснащенные компьютером, проектором или ЖК-телевизором, акустической системой и микрофоном (при необходимости), а также доской.

Для выполнения заданий для СРС студентам обеспечен доступ в интернет, а так же доступ к ресурсам электронной библиотеки ННГУ.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ 38.03.01 Экономика, профиль Экономика, международный бизнес и предпринимательство.

Автор

к.э.н., доцент

каф. ИТИМЭ

Шалабаев П.С.

Заведующий кафедрой Трифонов Ю.В.

Программа одобрена на заседании методической комиссии

Института экономики и предпринимательства

от «15» марта 2021 года, протокол № 3.