

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
Математических методов исследования операций

Азарнова Т.В.

18.05.2022 г



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.02.01 Интернет-предпринимательство

1. Код и наименование направления подготовки/специальности:

38.03.05 Бизнес-информатика

2. Профиль подготовки/специализация:

Бизнес-аналитика и системы автоматизации предприятий

3. Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

4. Форма обучения: очная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: математических методов исследования операций

6. Составители программы: Ухлова Вера Владимировна, канд. физ.-мат. наук, доцент кафедры математических методов исследования операций

7. Рекомендована: НМС факультета ПММ, протокол № 8 от 15.04.2022

8. Учебный год: 2025/2026

Семестр(ы): 7

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Целью курса является формирование понимания процесса создания жизнеспособного стартапа.

Задачи курса:

- 1) ознакомление студентов с моделями и инструментарием предпринимателя применительно к предприятиям, работающим в интернет-сфере;
- 2) Формирование практических навыков в области управления интернет-проектом и развития малого предприятия в интернет-сегменте.

10. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1, учебного плана.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикаторы(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-4	Способен управлять информационными ресурсами в сети Интернет, создавать и использовать средства доступа к ним	ПК-4.1	Проводит анализ информационных потребностей посетителей сайта	Знать: практику организации работы предприятия в интернет-сфере; специфику потребительского поведения и маркетинговых исследований интернет-проектов; стратегический инструментарий и современные технологии интернет- проектов; возможности для формирования устойчивых конкурентных преимуществ компаний в интернет-сфере. Уметь: анализировать информационные потребности пользователей интернет-ресурсов (сайтов); оценивать структуру и контент интернет-ресурса; Владеть: навыками проектирования структуры интернет-ресурса (сайты), формирования его контента.
		ПК-4.3	Проектирует и разрабатывает структуру веб-сайта	
		ПК-4.4	Способен управлять процессом продвижения сайта	

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час—2/72.

Форма промежуточной аттестации - *зачет*.

13. Виды учебной работы

Вид учебной работы		Трудоемкость		
		Всего	По семестрам	
			Семестр 7	№ семестра
Аудиторные занятия				
в том числе:	лекции	16	16	
	практические	16	16	
	лабораторные	16	16	
Самостоятельная работа		24	24	
в том числе: курсовая работа (проект)				
Форма промежуточной аттестации (зачет – 0 час. / экзамен – ___ час.)		0	0	
Итого:		72	72	

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК
1. Лекции			
1.1	Технологический бизнес и интернет-предпринимательство	Основные понятия стартапа.-« Интернет-ресурс»	Интернет-предпринимательство (38.03.05) https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=16555
1.2	Идея: источники идей для стартапа, как проверить свою идею. Концепция.	Что такое бизнес-идея. Где и как найти идею для стартапа. Как выбрать жизнеспособную идею. Как сформулировать идею.	
1.3	Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа	Почему нужна команда. Кто нужен команде. Как формировать команду. Как сделать так, чтобы команда работала.	
1.4	Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов. Сегментация и целевая аудитория	Анализ рынка: TAM (Total Adressable Market), SAM (Served Available Market), SOM (Servicable and Obtainable Market). Основные понятия: сегментация и выделение целевой аудитории. Какие бывают сегменты. Потребители на высокотехнологических рынках. Зачем знать конкурентов.	
1.5	Клиентское развитие. Поиск и изучение клиентов.	Преждевременный рост – почему стартапы умирают. Поиск и изучение клиентов (customer discovery). Проблемные и решенческие интервью.	
1.6	От идеи к продукту. MVP.	Что такое MVP. Как MVP вписывается в клиентское развитие. Какие типы MVP существуют. Каким образом MVP отличается от технологического прототипа.	
1.7	Финансы стартапа. Модели монетизации. Метрики стартапа и экономика продукта.	Зачем нужна модель. Как финансовая модель может помочь в оценке стоимости. Модель – это структура потоков доходов и расходов. Структура доходов. Внешние и внутренние ограничения в модели. Расходы: постоянные и переменные, персонал, налоги на персонал. Типичные кейсы: драйверы роста, естественные (внешние и внутренние) ограничения для роста. Оценка проекта на базе получившихся	

		финансовых потоков. Вводные для модели монетизации. Виды моделей монетизации. Выбор модели монетизации. Метрики стартапа (привлечение и стоимость привлечения, оценка дохода с платящего и т.д.).	
1.8	Бизнес-модель. Ценностное предложение.	Причины провалов стартапов. Бизнес-модель и карта бизнес-модели. Lean Startup и тестирование гипотез. Понятие ценностного предложения. Формирование ценностного предложения.	
1.9	Маркетинговые коммуникации. Контент интернет-ресурса.	Воронка продаж. Рекламные каналы. Площадки конвертации. Каналы коммуникации. Статистика и показатели. Seo-оптимизация.	
1.10	Инвестиции и интернет-ресурсы.	Источники инвестиций. Виды инвесторов.	
2. Практические занятия			
2.1	Целевая аудитория и ее потребности	Формирование портрета потенциального клиента. Выделение сегментов, описание целевой аудитории. Потребительское поведение и маркетинговые аспекты интернет-предпринимательства. Анализ информационных потребностей пользователей интернет-ресурсов	Интернет-предпринимательство (38.03.05) https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=16555
2.2	Структура интернет-ресурса: анализ и проектирование	Оценка структуры интернет-ресурса; Расчет основных метрик. Анализ метрик.	
2.3	Контент интернет-ресурса	Оценка контента интернет-ресурса; формирования контента.	
3. Лабораторные работы			
3.1	Целевая аудитория и ее потребности	Формирование портрета потенциального клиента. Выделение сегментов, описание целевой аудитории. Потребительское поведение и маркетинговые аспекты интернет-предпринимательства. Анализ информационных потребностей пользователей интернет-ресурсов	Интернет-предпринимательство (38.03.05) https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=16555
3.2	Структура интернет-ресурса: анализ и проектирование	Оценка структуры интернет-ресурса; Расчет основных метрик. Анализ метрик.	
3.3	Контент интернет-ресурса	Оценка контента интернет-ресурса; формирования контента.	

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Технологический бизнес и интернет-предпринимательство	1			1	1
2	Идея: источники идей для стартапа, как проверить свою идею. Концепция.	1			3	4
3	Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа	1			1	2

4	Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов. Сегментация и целевая аудитория	1			1	2
5	Клиентское развитие. Поиск и изучение клиентов.	2			1	3
6	От идеи к продукту. MVP.	2			1	3
7	Финансы стартапа. Модели монетизации. Метрики стартапа и экономика продукта.	2			1	3
8	Бизнес-модель. Ценностное предложение.	2			1	3
9	Маркетинговые коммуникации. Контент интернет-ресурса.	2			1	3
10	Инвестиции и интернет-ресурсы.	2			1	3
11	Целевая аудитория и ее потребности		8	4	4	16
12	Структура интернет-ресурса: анализ и проектирование		14	8	4	26
13	Контент интернет-ресурса		4	14	4	22
	Итого	16	16	16	24	72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины включает в себя лекционные, практические и лабораторные занятия и самостоятельную работу обучающихся. На первом занятии студент получает информацию для доступа к комплексу учебно-методических материалов. Лекционные занятия посвящены рассмотрению теоретических основ. Практические занятия предназначены для формирования умений и навыков, закрепленных компетенциями по ОПОП. Лабораторные занятия предназначены для формирования навыков, закрепленных компетенциями по ОПОП. Самостоятельная работа студентов включает в себя проработку учебного материала лекций, разбор практических заданий, подготовку к зачету.

Для успешного освоения дисциплины следует работать с конспектами лекций и литературой, приведенной в перечне ниже, просматривать презентации по соответствующей теме, регулярно выполнять задания по практическим и лабораторным занятиям.

При использовании дистанционных образовательных технологий и электронного обучения следует выполнять все указания преподавателя по работе на LMS-платформе, своевременно подключаться к online-занятиям, соблюдать рекомендации по организации самостоятельной работы.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Чуваева, А. И. Бизнес-планирование : учебное пособие / А. И. Чуваева, Ю. Д. Алашкевич. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2018. — 106 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147568

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
2	Торосян Е. К., Сажнева Л. П., Варзунов А. В. Бизнес-планирование. Учебное пособие -

	Санкт-Петербург: СПб: Университет ИТМО, 2015. - 90 с.
3	Бринк И.Ю., Савельева Н.А. «Бизнес-план предприятия. Теория и практика» / Серия «Учебники, учебные пособия». Ростов н / Д: Феникс, 2003.-278с.
4	Зигель Э.С. Шульц Л.А. «Составление бизнес-плана» М: Финансы и статистика, 2006.- 632 с.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
5	Электронно-библиотечная система «Лань»- Режим доступа: https://e.lanbook.com/
6	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – Режим доступа: http://www.lib.vsu.ru .
7	Сайт информационного агентства РосБизнесКонсалтинг. – Режим доступа: http://www.rbc.ru .
8	Интернет-предпринимательство (38.03.05) / В.В. Ухлоva. — Образовательный портал «Электронный университет ВГУ». — Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=16555

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	Чуваева, А. И. Бизнес-планирование : учебное пособие / А. И. Чуваева, Ю. Д. Алашкевич. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2018. — 106 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147568
2	Электронно-библиотечная система «Лань»- Режим доступа: https://e.lanbook.com/
3	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – Режим доступа: http://www.lib.vsu.ru .
4	Сайт информационного агентства РосБизнесКонсалтинг. – Режим доступа: http://www.rbc.ru .
5	Интернет-предпринимательство (38.03.05) / В.В. Ухлоva. — Образовательный портал «Электронный университет ВГУ». — Режим доступа: https://edu.moodle.ru .

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

При реализации дисциплины используются следующие образовательные технологии: логическое построение дисциплины, обозначение теоретического и практического компонентов в учебном материале. Применяются разные типы лекций (вводная, обзорная, информационная, проблемная).

Информационные технологии для реализации учебной дисциплины:

- технологии синхронного и асинхронного взаимодействия студентов и преподавателя посредством служб (сервисов) по пересылке и получению электронных сообщений, в том числе, по сети Интернет;
- сервис электронной почты для оперативной связи преподавателя и студентов.

Дисциплина реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, для организации самостоятельной работы обучающихся используется онлайн-курс, размещенный на платформе Электронного университета ВГУ (LMS moodle), а также другие Интернет-ресурсы, приведенные в п.15в.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционная аудитория должна быть оборудована компьютером с выходом в сеть Интернет, мультимедийным оборудованием (проектор, экран, средства звуковоспроизведения), специализированной учебной мебелью.

Практические и лабораторные занятия должны проводиться в специализированной аудитории, оснащенной учебной мебелью и персональными компьютерами с доступом в сеть Интернет (компьютерные классы, студии), мультимедийным оборудованием (проектор, экран, средства звуковоспроизведения), Число рабочих мест в аудитории должно быть таким, чтобы обеспечивалась индивидуальная работа студента на отдельном персональном компьютере.

Для самостоятельной работы необходимы компьютерные классы, помещения, оснащенные компьютерами с доступом к сети Интернет и к платформе Электронного университета ВГУ (LMS moodle).

Программное обеспечение:

- ОС Windows 10,
- пакет стандартных офисных приложений для работы с документами, таблицами (МойОфис, LibreOffice);
- ПО Adobe Reader;
- интернет-браузер (Яндекс, Mozilla Firefox).

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименования раздела дисциплины	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1	Технологический бизнес и интернет-предпринимательство	ПК-4	ПК-4.1; ПК-4.3; ПК-4.4	Практическое задание
2	Идея: источники идей для стартапа, как проверить свою идею. Концепция.	ПК-4	ПК-4.1; ПК-4.3; ПК-4.4	Практическое задание
3	Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа	ПК-4	ПК-4.1; ПК-4.3; ПК-4.4	Практическое задание
4	Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов. Сегментация и целевая аудитория	ПК-4	ПК-4.1; ПК-4.3; ПК-4.4	Практическое задание
5	Клиентское развитие. Поиск и изучение клиентов.	ПК-4	ПК-4.1; ПК-4.3; ПК-4.4	Практическое задание
6	От идеи к продукту. MVP.	ПК-4	ПК-4.1; ПК-4.3; ПК-4.4	Практическое задание
7	Финансы стартапа. Модели монетизации. Метрики стартапа и экономика продукта.	ПК-4	ПК-4.1; ПК-4.3; ПК-4.4	Практическое задание
8	Бизнес-модель. Ценностное предложение.	ПК-4	ПК-4.1; ПК-4.3; ПК-4.4	Практическое задание
9	Маркетинговые коммуникации. Контент интернет-ресурса.	ПК-4	ПК-4.1; ПК-4.3; ПК-4.4	Практическое задание
10	Инвестиции и интернет-ресурсы.	ПК-4	ПК-4.1; ПК-4.3; ПК-4.4	Практическое задание
11	Целевая аудитория и ее потребности	ПК-4	ПК-4.1; ПК-4.3; ПК-4.4	Практическое задание
12	Структура интернет-ресурса: анализ и проектирование	ПК-4	ПК-4.1; ПК-4.3; ПК-4.4	Практическое задание

13	Контент интернет-ресурса	ПК-4	ПК-4.1; ПК-4.3; ПК-4.4	Практическое задание
Промежуточная аттестация, форма контроля - зачет				Тест

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: практическое задание.

Перечень практических заданий.

Задание.

1. Придумать бизнес-идею для интернет-проекта в сфере IT.
2. Сформировать для нее бизнес-модель по одному из стандартных макетов.
3. Подобрать структуру бизнес-плана.
4. Разработать основные разделы бизнес-плана.
5. Подготовить презентацию проекта.

Индивидуальность проектов обеспечивается выбором в индивидуальном порядке бизнес-идеи для проекта (п.1 задания).

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены все задания по проекту, а его тема является уникальной;
- оценка «не зачтено», если задания по проекту выполнены в объеме менее 50% или проект не предоставлен.

20.2 Промежуточная аттестация

Для оценивания результатов обучения на зачете используются следующие показатели (ЗУН):

- 1) знание особенностей бизнес-планирования;
- 2) знание основных требований к разработке и структуру типичного бизнес-плана;
- 3) знание методик анализа, контроля и оценки эффективности бизнес-планов.
- 4) умение формулировать бизнес-идею и формировать бизнес-модель;
- 5) умение рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы
- 6) экономические показатели;
- 7) умение выбирать и использовать информационное и программное обеспечение разработки бизнес-плана;
- 8) умение применять основные методики разработки отдельных разделов бизнес-плана;
- 9) умение выбирать оптимальную структуру бизнес-плана в зависимости от его назначения;
- 10) умение обосновывать целесообразность (реализуемость) бизнес-проекта.
- 11) владение навыками сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных.
- 12) владение навыками презентации и продвижения бизнес-планов на рынок интеллектуальных услуг.

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: тест.

Для оценивания результатов обучения на зачете используются шкала «зачтено», «не зачтено»
Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
На защите отчета по проекту студент демонстрирует знание предметной области (темы проекта) и формирование более 50% ЗУН. Тест зачтен. Посещение занятий в объеме более 50%.	<i>Базовый уровень</i>	<i>Зачтено</i>
На защите отчета по проекту студент не демонстрирует знание предметной области (темы проекта) и/или не сформировано более 50% ЗУН и/или контрольная работа не зачтена и/или тест не зачтен и/или посещение занятий в объеме менее 50%.	<i>Ниже базового уровня</i>	<i>Не зачтено</i>