



**УТВЕРЖДЕНО:**  
Ученым советом Высшей школы сервиса  
Протокол № 7 от «16» января 2026 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ДИСЦИПЛИНЫ**

***Б1.В.3 МОДЕЛИ И КОНЦЕПЦИИ ЦИФРОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ***

основной профессиональной образовательной программы высшего образования –  
программы *бакалавриата*

по направлению подготовки: *43.03.01 Сервис*

на направленность (профиль): *Цифровые сервисы для бизнеса*

Квалификация: *бакалавр*


*Год начала подготовки 2026*

**Разработчик:**

должность	ученая степень и звание, ФИО
Доцент, высшей школы сервиса Доцент, высшей школы сервиса	<i>к.э.н., доцент Соколова А.П. к.т.н., доцент Деменев А.В.</i>

**Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:**

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Доцент Высшей школы сервиса</i>	<i>к. т. н., доцент Деменев А. В.</i>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	СМК РГУТИС <hr/>
		Лист 2

## 1. Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Дисциплина Б1.В.3 «Модели и концепции цифрового предприятия» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений первого блока программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, профилю «Цифровые сервисы для бизнеса».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с базовыми принципами теоретических и практических основ организации цифровой предпринимательской деятельности, организации и ведения бизнеса в современных экономических условиях.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

ПК-8 Способен руководить разработкой и внедрением цифровых сервисов на предприятии; в части индикаторов достижения компетенции ПК-8.1. (Анализирует методы и технологии разработки и внедрения цифровых сервисов на предприятии), ПК-8.2. (Выполняет сбор, обработку, анализ и систематизацию информации в области внедрения цифровых сервисов на предприятии), ПК-8.3. (Осуществляет руководство разработкой и внедрением цифровых сервисов на предприятии).


Общая трудоемкость освоения дисциплины «Модели и концепции цифрового предприятия» составляет 12 зачетных единиц, 432 часа, продолжительностью три семестра на 2,3 курсах (4,5,6 семестры) для очной формы и на 3,4 курсах (5,6,7 семестры) для заочной формы обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекция с мультимедийными презентациями, практические занятия в форме интерактивного практического занятия с использованием компьютерной техники, самостоятельная работа обучающихся.

Программой дисциплины для очной формы обучения предусмотрены лекционные занятия – 84 часов, практические работы – 126 часов, самостоятельная работа студента – 210 часов, консультации – 6 часов и промежуточная аттестация – 6 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены лекционные занятия – 18 часов, практические работы – 28 часов, самостоятельная работа студента – 374 часов, консультации – 6 часов и промежуточная аттестация – 6 часов.

Целью изучения дисциплины «Модели и концепции цифрового предприятия» является формирование у студентов знаний о существующих подходах и методах разработки новых цифровых сервисов, а также умений и навыков создания и масштабирования инновационных проектов и цифровых продуктов в организации предпринимательской деятельности, организации и ведения бизнеса в современных экономических условиях.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и защиты практических работ, контроль выполнения самостоятельной работы в форме доклада с презентацией, промежуточная аттестация в форме зачета в 4 семестре и экзаменов в 5,6 семестрах для очной формы обучения; в форме зачетов в 5 семестре и экзаменов в 6,7 семестрах для заочной формы обучения.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	СМК РГУТИС
		Лист 3

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции, индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции, индикатора достижения компетенции)
1.	ПК-8	Способен руководить разработкой и внедрением цифровых сервисов на предприятии в части: ПК-8.1. Анализирует методы и технологии разработки и внедрения цифровых сервисов на предприятии ПК-8.2. Выполняет сбор, обработку, анализ и систематизацию информации в области внедрения цифровых сервисов на предприятии ПК-8.3. Осуществляет руководство разработкой и внедрением цифровых сервисов на предприятии.

## 3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:


Дисциплина Б1.В.3 «Модели и концепции цифрового предприятия» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений первого блока программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, профилю «Цифровые сервисы для бизнеса».

В результате изучения дисциплины «Модели и концепции цифрового предприятия» студенты должны:

Изучение дисциплины «Модели и концепции цифрового предприятия» должно способствовать развитию основных профессиональных компетенций, необходимых для изучения последующих дисциплин основной образовательной программы бакалавриата, 43.03.01. «Сервис», профилю «Цифровые сервисы для бизнеса».

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, полученных в предшествующих дисциплинах: «Маркетинг», «Менеджмент», «Экономика и предпринимательство», «Системный анализ в сервисе».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при выполнении выпускной квалификационной работы и получении новых знаний по дисциплинам: «Цифровой мониторинг в профессиональной деятельности», «Управление цифровой инфраструктурой предприятия», «Организационно-управленческая практика».

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	СМК РГУТИС
		Лист 4

**4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**


Общая трудоемкость дисциплины составляет 12 зачетных единиц / 432 акад. часа.

**Очная форма обучения**

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры		
			4	5	6
<b>1</b>	<b>Контактная работа обучающихся</b>	<b>210</b>	52	70	88
	в том числе:	-	-	-	-
1.1.	Занятия лекционного типа	<b>84</b>	16	34	34
1.2.	Занятия семинарского типа, в том числе:	<b>126</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>54</b>
	Семинары				
	Лабораторные работы				
	Практические занятия	<b>180</b>	36	36	54
<b>1.3.</b>	Консультации	<b>6</b>	2	2	2
<b>1.4.</b>	<b>Промежуточная аттестация</b>				
<b>2.</b>	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>210</b>	52	70	88
<b>3.</b>	<b>Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	<b>6</b>	<b>зачет 2</b>	<b>экз. 2</b>	<b>экз. 2</b>
<b>4</b>	<b>Общая трудоемкость час</b>	<b>432</b>	108	144	180
	з.е.	<b>12</b>	3	4	5

**Заочная форма обучения**

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры		
			5	6	7
<b>1</b>	<b>Контактная работа обучающихся</b>	<b>58</b>	16	20	22
	в том числе:	-	-	-	-
1.1.	Занятия лекционного типа	<b>18</b>	4	6	8
1.2.	Занятия семинарского типа, в том числе:	<b>28</b>	8	10	10
	Семинары				
	Лабораторные работы				
	Практические занятия	<b>28</b>	8	10	10
<b>1.3.</b>	Консультации	<b>6</b>	2	2	2
<b>1.4.</b>	<b>Промежуточная аттестация</b>				

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	СМК РГУТИС
		Лист 5

2.	Самостоятельная работа	374	92	124	158
3.	Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	6	зачет	экз.	экз.
			2	2	2
4	Общая трудоемкость час	432	108	144	180
	з.е.	12	3	4	5

**5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**5.1. Разделы (блоки) дисциплины и виды занятий**

Для очной формы обучения:

4 семестр

Номер курса/ семестр	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа,	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
2/4	<b>Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2С</b>	<p>Тема 1. Предпосылки и суть цифровой трансформации</p> <p>Информационная экономика как основа развития цифровой экономики. Концепция цифровой бизнес-модели. Цифровые угрозы и возможности. Цифровое конкурентное преимущество. Цифровые и нецифровые отрасли. Ключевые индустриальные тренды, ведущие к цифровой трансформации</p> <p>Тема 2. Продуктовый подход и модели управления разработки цифрового сервиса в организационно-экономической модели В2С.</p> <p>Основы продуктового подхода и чем он</p>	2	лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов	4	Интерактивное практическое занятие с использованием компьютерной техники			6	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС
			2	лекция с мультимедийными презентациями	4	Контрольная точка 2 - защита				




		отличается от традиционного подхода к управлению разработкой ЦП; Чем продуктовый подход может быть полезен при создании ЦП? Этапы разработки ЦП в продуктивном подходе. Характеристики моделей продуктов: Новаторский (Disrupt), Кастомизированный (Special), Коробочный (Commodity) енности.		ями и применением видеоматериалов		практической работы.				
		<b>Контрольная точка 1</b>				научный доклад				
2/4	<b>Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2С</b>	<p>Тема 3. Этапы разработки цифрового сервиса в продуктивном подходе в модели В2С . Этапы разработки цифрового сервиса в продуктивном подходе в модели В2С: Исследование, Выявление потребностей, Генерация идей, Разработка продуктовых гипотез, MV, Реализация, Обратная связь, Развитие продукта. Составление гипотез: Понятие продуктовой гипотезы и технология её составления, Гипотезы проблем и гипотезы решений. Диагностика, гипотез НАDI-циклы; Составление гипотез на основе анализа рынка и конкурентов. Исследование как этап разработки ЦП в продуктивном подходе: Анализ рынка; Анализ конкурентов; Анализ аудитории.</p> <p>Тема 4. Инструменты разработкой цифрового сервиса в модели В2С. Методология организации продуктовой</p>	2	Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов	4	Интерактивное практическое занятие с использованием компьютерной техники			6	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС.
			2	Лекция с мультимедийными	4					



		<p>команды. Инструменты исследования и диагностики потребностей при разработке цифрового сервиса: CustDev, JTBD, анализ стейкхолдеров, анализ конкурентов.</p> <p>Тема 5. Модели потребительской ценности на B2C рынках. Концепции и системы управления ИТ-инфраструктурой предприятия. Эволюция определения понятия модели бизнеса от цепочки ценности М. Портера до модели бизнеса А. Остервальдера. Структура модели бизнеса: потребительские сегменты, ценностные предложения, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, потоки доходов, ключевые виды деятельности, ключевые ресурсы, ключевые партнеры, структура издержек.</p> <p>Тема 6. Минимально жизнеспособный продукт (MVP-minimum viable product. Типы) методы, этапы построения.</p> <p>Понятия MVP. Технология определения MVP. Кейсы MVP. Формирование MVP на основе User Story. Каким должен быть MVP на разных стадиях бизнеса. Типовые ошибки. UX-исследования. Виды и методы UX-исследований. Технология проведения. UX-исследований</p>	2	<p>презентациями и применением видеоматериалов</p> <p>Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов</p> <p>Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов</p>						
		<b>Контрольная точка 2</b>				Тестирование				



2/4	<b>Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2С</b>	Тема 7. Метрики проекта и экономика разработки цифрового сервиса Модели монетизации: какие есть и как найти свою. Термины монетизации. Вводные для модели монетизации. Виды моделей монетизации. Выбор модели монетизации. Что такое Unit-экономика? Какие метрики подходят для большинства бизнес моделей? Ключевые метрики: число привлеченных пользователей (User Acquisition), стоимость привлечения пользователя (Cost Per Acquisition -CPA); доход на привлеченного пользователя (Average Revenue Per User -ARPU), LTV, Retention, конверсия.	2	Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов	10	Интерактивное практическое занятие с использованием компьютерной техники			6	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС
		<b>Контрольная точка 3</b>				Устный опрос - защита практических работ				
2/4	<b>Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2С</b>	Тема 8. Управление развитием цифрового сервиса в модели В2С Customer validation. Тестирование каналов и подготовка к масштабированию. Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей. Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. Когда идти к инвесторам и надо ли. Требования фондов. Почему отказывают фонды. Подготовка питча для инвесторов.	2	Традиционная лекция	10	Практическая работа			10	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b>	<b>СМК          РГУТИС</b>
		<i>Лист 10</i>

		<b>Контрольная точка 4</b>				Защита индивидуального проекта				
	<b>Консультация студентов – 2 часа</b>									
2/4	<b>Промежуточная аттестация – зачет– 2 часа</b>									

### 5 семестр

Номер курса/ семестр	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения								
			Контактная работа обучающихся с преподавателем					Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия					
3/5	<b>Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2В</b>	<p>Тема 1. Сущность маркетинга В2В и промышленного маркетинга. В2В рынки: характеристики, особенности развития. Типы электронных рынков В2В. Сущность маркетинга В2В и промышленного маркетинга.</p> <p>Тема 2. Маркетинг как инструмент развития сферы сервиса в условиях рыночной экономики: понятие</p>	2	Традиционная лекция	2	Практическая работа			2	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС	
			2	Традиционная лекция	2			2			



		<p>сущности маркетинга, маркетинговая стратегия, система маркетинга, ее особенности в сфере сервиса, исследования рынка услуг, политика цен, маркетинговый контроль, организация и деятельность маркетинговой службы в сфере сервиса, маркетинговая коммуникация, международный маркетинг, внешнеэкономический маркетинг, специфика маркетинга в сервисе. Особенности маркетинга различных видов ППТН.</p> <p>Тема 3. Типология продукции производственно-технического назначения. Особенности маркетинга продукции краткосрочного пользования и инвестиционных товаров.</p>	2	Традиционная лекция	2				2	
		<b>Контрольная точка 1</b>				Устный опрос				
3/5	<b>Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2В</b>	<p>Тема 4. Модели потребительской ценности на В2В рынках. Модель взаимодействия: основные элементы и их характеристика. Сетевой подход как развитие идей взаимодействия на промышленных рынках. Цепочка и сеть ценности. Бизнес – модель: ценностное предложение. Финансы</p>	2	Лекция-дискуссия	2	Практическая работа			2	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС.





		промышленными покупателями. Роль транзакционных издержек в управлении взаимоотношениями с промышленными покупателями.  Тема 7. Концепция управления портфелем покупателей: предпосылки, сущность, основные понятия. Структура портфеля покупателей. Критерии выделения ключевых покупателей. Процесс управления портфелем покупателей. Методы анализа портфеля покупателей: метод концентрации продаж, метод анализа динамики структуры портфеля покупателей, анализ выгодности покупателя, модель Кампбэла и Канингхэма	4	Традиционная лекция	4				4	
		<b>Контрольная точка 3</b>				Устный опрос				
3/5	<b>Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели B2B</b>	Тема 8. Управление взаимоотношениями с деловыми (промышленными) покупателями. Концептуальные основы управления проектами. Методология управления содержанием, стоимостью, качеством, рисками, жизненным циклом и ресурсами ИТ-проекта. Цифровые сервисы управления проектами и планирования: обзор и практическая значимость в проектной деятельности. Анализ и оценка эффективности	4	Традиционная лекция	4	Практическая работа			4	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС



		<p>проектов: методы и система показателей на практике. Этапы запуска проекта: идейная составляющая проекта, планирование (построение модели реализации) проекта.</p> <p>Тема 9. Инструменты цифрового предприятия: программное обеспечение электронного бизнеса. Создание и ведение веб-контента электронного бизнеса. Инструментальные средства разработки сайтов и системы управления контентом (CMS-системы). Главные элементы контент-модели, процессы по созданию и ведению контент – модели. Разработка иерархической структуры контент-модели. Способы реализации веб-контента. Инструментальные средства управления корпоративным контентом. Системы электронного документооборота.</p> <p>Тема 10. B2B Маркетинговая политика предприятия сферы сервиса. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций. Основные преимущества маркетинговых коммуникаций в сети Интернет и их характеристика. Коммуникационная модель предприятия в сети Интернет</p>	4	Традиционная лекция	4				4	
			4	Лекция-дискуссия	4				4	



		<p>на основе сайта. Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернете. Основные черты ИМК. Задачи и принципы ИМК. Управление ИМК.</p> <p>Тема 11. Информационные технологии сетевых и распределенных систем. Технологии открытых систем. Сетевые информационные технологии. Информационные технологии локальных вычислительных сетей. Web-технологии и их использование в корпоративных сетях организации. Обзор услуг Internet. Поисковые машины глобальных сетей. Гипертекстовые и мультимедийные информационные технологии. Распределенные ИС в сервисе. Электронная коммерция в сервисе и организация продаж в секторе B2B. Интернет-сайт как инструмент реализации маркетинговой стратегии в Интернете. Основные направления эволюции интернет-торговли. Омниканальная (интегрированная) модель.</p>	4	Лекция-дискуссия	4				4	
		<b>Контрольная точка 4</b>				Устный опрос				
	<b>Консультация студентов – 2 часа</b>									
3/5	<b>Промежуточная аттестация – экзамен – 2 часа</b>									



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК  
РГУТИС

Лист 16



6 семестр

Номер курса/ семестр	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часо	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
3/6	<b>Инновационное моделирование цифрового предприятия</b>	Тема 1. Инновационное преобразование бизнес-моделей. Принципы создания бизнес-моделей. Структура инновационной бизнес-модели. Инструментарий моделирования: анализ бизнес- экосистемы, генерирование идей методом NABC, детализация бизнес-модели.	2	Традиционная лекция	4,5	Практическая работа			7	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС
		<b>Контрольная точка 1</b>				Контрольная работа				
3/6	<b>Инновационное моделирование цифрового предприятия</b>	Тема 2. Концепция проектирования бизнес-моделей. Характерные особенности инновационных бизнес-моделей. Управление переменами, метод SMART/	2	Традиционная лекция	4,5	Практическая работа			7	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС.



		Тема 3.5 инновационных шаблонов бизнес-моделей по О. Гассману	6	Традиционная лекция	9				16	
		<b>Контрольная точка 2</b>				Устный опрос				
3/6	<b>Инновационное моделирование цифрового предприятия</b>	Тема 4. Agile-методы для цифрового предприятия Суть методологии Agile. Философия и ценности гибкого управления цифровым предприятием.  Тема 5. Agile-команда Жизненный цикл команды. Стили лидерства в зависимости от стадии развития команды. Дисфункции в Agile-команде. Teaming в Agile. Стратегии решения конфликтов. Модель эскалации конфликтов  Тема 6 Теория Scrum. Ценности, роли Scrum. События Scrum: спринт, планирование спринта, ежедневный Scrum, обзор спринта, ретроспектива спринта.	3  3  3	Традиционная лекция  Традиционная лекция  Традиционная лекция	4,5  4,5  4,5	Практическая работа			7  7  7	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС



		Тема 7. Бэклог в Scrum Бэклог продукта: цель продукта, карта путешествий клиента и карта пользовательских историй Критерии хорошей пользовательской истории: виды пользовательских историй Критерии хорошей пользовательской истории: I.N.V.E.S.T. Оценка пользовательских историй для заинтересованных лиц	3	Традиционная лекция	4,5			7	
		<b>Контрольная точка 3</b>				Устный опрос			
3/6	<b>Инновационное моделирование цифрового предприятия</b>	Тема 8. Lean Startup История и суть Lean Startup. Этап Реализация (Build), Измерение (Measure), Обучение (Learn) Виды Минимально жизнеспособных продуктов (MVP). Виды разворотов, пример MVP	4	Лекция-дискуссия	6,5	Дискуссии по актуальным темам и разбор практических кейсов		9	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС
		Тема 9. Тестирование бизнес-	4	Лекция-	4,5				



		идей. Введение в тестирование. Работа с гипотезами. Работа с экспериментами. Каталог экспериментов и метрики успешности. Работа с доказательствами и инсайтами. Принятие решений. Управление процессом тестирования		дискуссия					9	
		Тема 10 Гибридное проектное управление Модель SYNEFIN и различные подходы к проектам Варианты гибридизации через неопределенные элементы и через уровни управления. Варианты гибридизации через факторы сложности и по этапам. Гибридизация через выбор актуальных инструментов.	4	Традиционная лекция	7				12	
		<b>Контрольная точка 4</b>				Устный опрос				
3/6		<b>Консультация студентов – 2 часа</b>								
		<b>Промежуточная аттестация – экзамен – 2 часа</b>								



Для заочной формы обучения:

5 семестр

Номер курса/ семестр	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа,	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				
2/5	<b>Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2С</b>	Тема 1. Предпосылки и суть цифровой трансформации Информационная экономика как основа развития цифровой экономики. Концепция цифровой бизнес-модели. Цифровые угрозы и возможности. Цифровое конкурентное преимущество. Цифровые и нецифровые отрасли. Ключевые индустриальные тренды, ведущие к цифровой трансформации	2	лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов	4	Практическая работа			11,5	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС
		Тема 2. Продуктовый подход и модели управления разработки цифрового сервиса в организационно-экономической модели В2С. Основы продуктового подхода и чем он отличается от традиционного подхода к управлению разработкой ЦП; Чем продуктовый подход может быть полезен	2	лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов	4				11,5	



		при создании ЦП? Этапы разработки ЦП в продуктивном подходе. Характеристики моделей продуктов: Новаторский (Disrupt), Кастомизированный (Special), Коробочный (Commodity)								
		<b>Контрольная точка 1</b>				тестирова ние				
2/5	<b>Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2С</b>	<p>Тема 3. Этапы разработки цифрового сервиса в продуктивном подходе в модели В2С. Этапы разработки цифрового сервиса в продуктивном подходе в модели В2С: Исследование, Выявление потребностей, Генерация идей, Разработка продуктовых гипотез, MV, Реализация, Обратная связь, Развитие продукта. Составление гипотез: Понятие продуктовой гипотезы и технология её составления, Гипотезы проблем и гипотезы решений. Диагностика, гипотез HADI-циклы; Составление гипотез на основе анализа рынка и конкурентов. Исследование как этап разработки ЦП в продуктивном подходе: Анализ рынка; Анализ конкурентов; Анализ аудитории.</p> <p>Тема 4. Инструменты разработкой цифрового сервиса в модели В2С. Методология организации продуктовой команды. Инструменты исследования и диагностики потребностей при разработке цифрового сервиса: CustDev, JTBD, анализ стейкхолдеров, анализ конкурентов.</p>	2	Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов	4	Практическая работа		11,5	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС.	
			2	Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов	4			11,5		



		<p>Тема 5. Модели потребительской ценности на B2C рынках. Концепции и системы управления ИТ-инфраструктурой предприятия. Эволюция определения понятия модели бизнеса от цепочки ценности М. Портера до модели бизнеса А. Остервальдера. Структура модели бизнеса: потребительские сегменты, ценностные предложения, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, потоки доходов, ключевые виды деятельности, ключевые ресурсы, ключевые партнеры, структура издержек.</p> <p>Тема 6. Минимально жизнеспособный продукт (MVP-minimum viable product. Типы) методы, этапы построения. Понятия MVP. Технология определения MVP. Кейсы MVP. Формирование MVP на основе User Story. Каким должен быть MVP на разных стадиях бизнеса. Типовые ошибки. UX-исследования. Виды и методы UX-исследований. Технология проведения. UX-исследований</p>	2	<p>Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов</p> <p>Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов</p>						
		<b>Контрольная точка 2</b>				тестирования				
2/5	<b>Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели</b>	Тема 7. Управление развитием цифрового сервиса в модели B2C Customer validation. Тестирование каналов и подготовка к масштабированию. Маркетинговые	2	Лекция с мультимедийными презентациями и при-	10	Практическая работа			11,5	Самостоятельное изучение материала, подготовка к



	<b>В2С</b>	коммуникации: как привлечь первых пользователей. Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. Когда идти к инвесторам и надо ли. Требования фондов. Почему отказывают фонды. Подготовка питча для инвесторов.		менением видеоматериалов						практическому занятию с использованием ЭБС
		<b>Контрольная точка 3</b>				Устный опрос				
2/5	<b>Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2С</b>	Тема 8. Управление развитием цифрового сервиса в модели В2С Customer validation. Тестирование каналов и подготовка к масштабированию. Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей. Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. Когда идти к инвесторам и надо ли. Требования фондов. Почему отказывают фонды. Подготовка питча для инвесторов.	2	Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов	10	Практическая работа			11,5	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС
		<b>Контрольная точка 4</b>				Устный опрос				
	<b>Консультация студентов – 2 часа</b>									
2/5	<b>Промежуточная аттестация – зачет– 2 часа</b>									



Номер курса/ семестр	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения								
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия					
3/6	<b>Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2В</b>	<p>Тема 1. Сущность маркетинга В2В и промышленного маркетинга. В2В рынки: характеристики, особенности развития. Типы электронных рынков В2В. Сущность маркетинга В2В и промышленного маркетинга.</p> <p>Тема 2. Маркетинг как инструмент развития сферы сервиса в условиях рыночной экономики: понятие сущности маркетинга, маркетинговая стратегия, система маркетинга, ее особенности в сфере сервиса, исследования рынка услуг, политика цен, маркетинговый контроль, организация и деятельность маркетинговой службы в сфере сервиса, маркетинговая коммуникация, международный маркетинг, внешнеэкономический маркетинг, специфика маркетинга в сервисе.</p>	1	Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов	1	Практическая работа			11	11	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС



		Тема 3. Особенности маркетинга различных видов ППТН. Типология продукции производственно-технического назначения. Особенности маркетинга продукции краткосрочного пользования и инвестиционных товаров.			1				11	
		<b>Контрольная точка 1</b>				Устный опрос				
3/6	<b>Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2В</b>	Тема 4. Модели потребительской ценности на В2В рынках. Модель взаимодействия: основные элементы и их характеристика. Сетевой подход как развитие идей взаимодействия на промышленных рынках. Цепочка и сеть ценности. Бизнес – модель: ценностное предложение. Финансы стартапа в В2В: модели монетизации, метрики стартапа и экономика продукта.	1	Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов	1	Практическая работа			11	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС.
		<b>Контрольная точка 2</b>				тестирования				
3/6	<b>Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2В</b>	Тема 5. Сущность взаимоотношений сектора В2В: техническая и социальная стороны взаимоотношений. Дистанции между партнерами. Виды инвестиций в отношения. Инвестиции: источники инвестиций, виды инвесторов, требования фондов, подготовка питча для инвесторов. Маркетинговые	2	Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов	2	Практическая работа			11	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС



		<p>коммуникации: как привлечь первых пользователей, PR-стартап. Жизненный цикл отношений с покупателем.</p> <p>Тема 6. Поведение деловых покупателей. Виды деловых покупателей: промышленные компании, оптовые компании, институциональные покупатели, частные предприниматели. Сегментация промышленных покупателей. Макро- и микросегментация. Мотивы промышленных покупателей. Классификация моделей поведения промышленных покупателей. Модель «Сетка процесса покупки». Модель «покупательский центр». Сущность маркетинга взаимоотношений с промышленными покупателями. Роль транзакционных издержек в управлении взаимоотношениями с промышленными покупателями.</p> <p>Тема 7. Концепция управления портфелем покупателей: предпосылки, сущность, основные понятия. Структура портфеля покупателей. Критерии выделения ключевых покупателей. Процесс управления портфелем покупателей. Методы анализа портфеля покупателей: метод</p>		<p>Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов</p> <p>Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов</p>					<p>11</p> <p>11</p>	
--	--	---	--	---	--	--	--	--	---------------------	--



		концентрации продаж, метод анализа динамики структуры портфеля покупателей, анализ выгоды покупателя, модель Кампбэла и Канингхэма								
		<b>Контрольная точка 3</b>				Устный опрос				
3/6	<b>Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели B2B</b>	<p>Тема 8. Управление взаимоотношениями с деловыми (промышленными) покупателями. Концептуальные основы управления проектами. Методология управления содержанием, стоимостью, качеством, рисками, жизненным циклом и ресурсами ИТ-проекта. Цифровые сервисы управления проектами и планирования: обзор и практическая значимость в проектной деятельности. Анализ и оценка эффективности проектов: методы и система показателей на практике. Этапы запуска проекта: идейная составляющая проекта, целеполагание (постановка цели проекта по SMART), планирование (построение модели реализации) проекта.</p> <p>Тема 9. Инструменты цифрового предприятия: программное обеспечение электронного бизнеса. Создание и ведение веб-контента электронного бизнеса.</p>	2	<p>Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов</p> <p>Лекция с мультимедийными презентациями и применением</p>	2	Практическая работа			11	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС
									11	





		Обзор услуг Internet. Поисковые машины глобальных сетей. Гипертекстовые и мультимедийные информационные технологии. Распределенные ИС в сервисе. Электронная коммерция в сервисе и организация продаж в секторе B2B. Интернет-сайт как инструмент реализации маркетинговой стратегии в Интернете. Основные направления эволюции интернет-торговли. Омниканальная (интегрированная) модель.		при- менением видеомате- риалов						
		<b>Контрольная точка 4</b>				Устный опрос				
	<b>Консультация студентов – 2 часа</b>									
3/6	<b>Промежуточная аттестация – экзамен – 2 часа</b>									

**7 семестр**

Номер курса/ семестр	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Контактная работа обучающихся с преподавателем				Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часо	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия				



3/7	<b>Инновационное моделирование цифрового предприятия</b>	Тема 1. Инновационное преобразование бизнес-моделей. Принципы создания бизнес-моделей. Структура инновационной бизнес-модели. Инструментарий моделирования: анализ бизнес-экосистемы, генерирование идей методом NABC, детализация бизнес-модели.	1	Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов	1	Практическая работа			16	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС
		<b>Контрольная точка 1</b>				Контрольная работа				
3/7	<b>Инновационное моделирование цифрового предприятия</b>	Тема 2. Концепция проектирования бизнес-моделей. Характерные особенности инновационных бизнес-моделей. Управление переменными, метод SMART  Тема 3.50 инновационных шаблонов бизнес-моделей по О. Гассману	0,5  1	Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов  Традиционная лекция	1  1	Практическая работа			15  18	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС.
		<b>Контрольная точка 2</b>				Устный опрос				
3/7	<b>Инновационное моделирование цифрового предприятия</b>	Тема 4. Agile-методы для цифрового предприятия. Суть методологии Agile. Философия и ценности	0,5	Лекция с мультимедийными презентациями	1	Практическая работа			14	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию




предприятия	гибкого управления цифровым предприятием.	1	ями и применением видеоматериалов	1				15	занятию с использованием ЭБС
	Тема 5. Agile-команда Жизненный цикл команды. Стили лидерства в зависимости от стадии развития команды. Дисфункции в Agile-команде. Teaming в Agile. Стратегии решения конфликтов. Модель эскалации конфликтов	1	Традиционная лекция	1				16	
	Тема 6 Теория Scrum. Ценности, роли Scrum. События Scrum: спринт, планирование спринта, ежедневный Scrum, обзор спринта, ретроспектива спринта.	1	Традиционная лекция	1				16	



		I.N.V.E.S.T. Оценка пользовательских историй для заинтересованных лиц								
		<b>Контрольная точка 3</b>				Устный опрос				
3/7	<b>Инновационное моделирование цифрового предприятия</b>	Тема 8. Lean Startup История и суть Lean Startup. Этап Реализация (Build), Измерение (Measure), Обучение (Learn) Виды Минимально жизнеспособных продуктов (MVP). Виды разворотов, пример MVP	0,5	Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов	1	Дискуссии по актуальным темам и разбор практических кейсов			16	Самостоятельное изучение материала, подготовка к практическому занятию с использованием ЭБС
		Тема 9. Тестирование бизнес-идей Введение в тестирование. Работа с гипотезами. Работа с экспериментами. Каталог экспериментов и метрики успешности. Работа с доказательствами и инсайтами. Принятие решений. Управление процессом тестирования	0,5	Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов	1				18	
		Тема 10 Гибридное проектное	1	Лекция с мультиме-	1				14	




		управление Модель SYNEFIN и различные подходы к проектам Варианты гибридизации через неопределенные элементы и через уровни управления. Варианты гибридизации через факторы сложности и по этапам. Гибридизация через выбор актуальных инструментов.		дийными презентаци- ями и при- менением видеомате- риалов						
		<b>Контрольная точка 4</b>				Устный опрос				
3/7	<b>Консультация студентов – 2 часа</b>									
3/7	<b>Промежуточная аттестация – экзамен – 2 часа</b>									

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	СМК РГУТИС <hr/> Лист 35


## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень тем самостоятельной работы обучающихся на очной/заочной форме (210/374 часов)

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
1.	Предпосылки и суть цифровой трансформации (6/12 часов)	<p><b>Основная литература</b></p> <p>1. Управление цифровой трансформацией бизнеса: концепции, кейсы, методы и инструменты : монография / С.А. Титов, Н.В. Линдер, А.В. Трачук [и др.]. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 223 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/2048103. - ISBN 978-5-16-018697-9. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.ru/catalog/product/2172569">https://znanium.ru/catalog/product/2172569</a></p> <p>2. Васильева, Е. В., Маркетинг и управление продуктом на цифровых рынках: генерация и проверка идей через CustDev, дизайн-мышление и расчеты юнит-экономики : учебник / Е. В. Васильева, М. Р. Зобнина. — Москва : КноРус, 2026. — 723 с. — ISBN 978-5-406-15593-6. — URL: <a href="https://book.ru/book/960453">https://book.ru/book/960453</a> . — Текст : электронный.</p> <p>3. Моделирование бизнес-процессов: управленческие аспекты : монография / М. С. Санталова, А. В. Борщева, И. Л. Гладилина, И. В. Соклакова [и др.] ; под науч. ред. М. С. Санталовой. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 222 с. - ISBN 978-5-394-05802-8. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.ru/catalog/product/2133546">https://znanium.ru/catalog/product/2133546</a></p> <p><b>Дополнительная литература</b></p> <p>1. Гасман, О. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: Учебное пособие / Гасман О., Франкенбергер К., Шик М. - Москва : Альпина Пабл., 2016. - 432 с.: ISBN 978-5-9614-5665-3. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.ru/catalog/document?pid=912217">https://znanium.ru/catalog/document?pid=912217</a></p> <p>2. Мейер, Б. Анализ и оценка методов разработки программного обеспечения (Agile) : краткий учебный курс / Б. Мейер. - Москва :</p>
2.	Продуктовый подход и модели управления разработкой ЦП организационно-экономической модели В2С (6/12 часов)	
3.	Этапы разработки цифрового сервиса в продуктивном подходе в модели В2С (6/12 часов)	
4.	Инструменты разработкой цифрового сервиса в модели В2С. Методология организации продуктовой команды (10/8 часов)	
5.	Модели потребительской ценности на В2С рынках (10/8 часов)	
6.	Минимально жизнеспособный продукт (MVP-minimum viable product. Типы) методы, этапы построения. 6/8 часов)	
7.	Метрики проекта и экономика разработки цифрового сервиса (6/12 часов)	
8.	Управление развитием цифрового сервиса в модели В2С . (10/11,0 часов)	
9.	Сущность маркетинга В2В и промышленного маркетинга (6/12 часов)	
10.	Маркетинг как инструмент развития сферы сервиса в условиях рыночной экономики (6/12 часов)	
11.	Особенности маркетинга различных видов ППТН (6/11 часов)	
12.	Модели потребительской ценности на В2В рынках (4/11 часов)	
13.	Сущность взаимоотношений сектора В2В: виды инвестиций в отношения (4/11 часов)	
14.	Поведение деловых покупателей (4/11 часов)	

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 36</i>


15.	Концепция управления портфелем покупателей (4/11 часов)	ИНТУИТ, 2016. - 190 с. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.ru/catalog/product/2137462">https://znanium.ru/catalog/product/2137462</a>
16.	Управление взаимоотношениями с деловыми (промышленными) покупателями: концептуальные основы управления проектами (4/11 часов)	
17.	Инструменты цифрового предприятия: программное обеспечение электронного бизнеса (4/12 часов)	
18.	B2B Маркетинговая политика предприятия сферы сервиса (4/12 часов)	
19.	Информационные технологии сетевых и распределенных систем (4/16 часов)	
20.	Инновационное преобразование бизнес-моделей. (7/15 часов)	
21.	Концепция проектирования бизнес-моделей. (7/14 часов)	
22.	50 инновационных шаблонов бизнес-моделей по О. Гассману (16/15 часов)	
23.	Agile-методы для цифрового предприятия. (10/16 часов)	
24.	Agile-команда (10/15 часов)	
25.	Теория Scrum. (14/16 часов)	
26.	Бэклог в Scrum (14/16 часов)	
27.	Lean Startup (9/16 часов)	
28.	Тестирование бизнес-идей. (9/18 часов)	
29.	Гибридное проектное управление (12/20 часов)	

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b>
		<i>Лист 37</i>

## 7. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)


### 7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции, индикатора достижения компетенции	Содержание компетенции (индикатора достижения компетенции)	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (индикатора достижения компетенции)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (индикатора достижения компетенции) обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть
2.	ПК-8	Способен руководить разработкой и внедрением цифровых сервисов на предприятии				
		ПК-8.1 Анализирует методы и технологии разработки и внедрения цифровых сервисов на предприятии	Цифровизация и интеграция вертикальных и горизонтальных цепочек создания стоимости. Модели представления и извлечения знаний. Цифровые бизнес-модели. Цифровизация производства продуктов	Знает современное программное обеспечение, методологию моделирования и внедрения цифровых сервисов на предприятии	Анализирует возможности использования цифровых сервисов на предприятии	Разрабатывает рекомендации по внедрению цифровых сервисов
		ПК-8.2 Выполняет сбор, обработку, анализ и систематизацию информации в области внедрения цифровых сервисов на предприятии	Цифровизация оказания услуг	Знает технологию разработки цифровых систем; оценки затрат и экономической эффективности	Проводит сбор и обработку информации в области внедрения цифровых сервисов на предприятии	Моделирует бизнес-процессы и планирует работы по внедрению цифровых сервисов на предприятии
	ПК-8.3 Осуществляет руководство разработкой и внедрением цифровых сервисов на предприятии		Знает методы моделирования, управления разработками и в сфере цифровых сервисов	Осуществляет руководство моделированием и разработкой цифровых сервисов	Осуществляет руководство внедрением цифровых сервисов на предприятии	


	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b>
		Лист 38

## 7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
<p>Знать принципы организации и структурировать процесс сбора информации, проводить критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.</p> <p>Уметь структурировать процесс сбора информации, проводить критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.</p> <p>Владеть навыками критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач.</p>	<p>Подготовка, выполнение и устный опрос, интерактивных практических работ, выполненных с использованием компьютерной техники, тестирование, индивидуальный проект, научный доклад</p>	<p>Студент продемонстрировал знание принципов организации и структурирования процесса сбора информации, проводить критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.</p> <p>Уметь структурировать процесс сбора информации, проводить критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.</p> <p>Владеть навыками критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач.</p>	<p>Использование способности анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;</p> <p>осуществлять поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов</p>
<p>Знать современное программное обеспечение, методологию моделирования и внедрения цифровых сервисов на предприятии; технологию разработки цифровых систем; оценки затрат</p>	<p>Подготовка, выполнение и устный опрос, интерактивных практических работ, выполненных с использованием компьютерной техники, тестирование,</p>	<p>Студент продемонстрировал знание современного программного обеспечения, методологии моделирования и внедрения цифровых сервисов на предприятии; технологий</p>	<p>использование способности анализировать методы и технологии разработки и внедрения цифровых сервисов на предприятии; выполнять сбор,</p>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b>
		<i>Лист 39</i>

<p>и экономической эффективности; методы моделирования, управления разработками в сфере цифровых сервисов. Уметь анализировать возможности использования цифровых сервисов на предприятии; проводить сбор и обработку информации в области внедрения цифровых сервисов на предприятии; осуществлять руководство моделированием и разработкой цифровых сервисов. Владеть навыками разработки рекомендаций по внедрению цифровых сервисов; навыками моделирования бизнес-процессов и планирования работы по внедрению цифровых сервисов на предприятии; навыками осуществления руководства внедрением цифровых сервисов на предприятии.</p>	<p>индивидуальный проект, научный доклад</p>	<p>разработки цифровых систем; оценки затрат и экономической эффективности; методов моделирования, управления разработками в сфере цифровых сервисов. Студент продемонстрировал умение анализировать возможности использования цифровых сервисов на предприятии; проводить сбор и обработку информации в области внедрения цифровых сервисов на предприятии; осуществлять руководство моделированием и разработкой цифровых сервисов. Студент продемонстрировал владение навыками разработки рекомендаций по внедрению цифровых сервисов; навыками моделирования бизнес-процессов и планирования работы по внедрению цифровых сервисов на предприятии; навыками осуществления руководства внедрением цифровых сервисов на предприятии.</p>	<p>обработку, анализ и систематизацию информации в области внедрения цифровых сервисов на предприятии; осуществлять руководство разработкой и внедрением цифровых сервисов на предприятии</p>
---	--	--	---

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	СМК РГУТИС <hr/> <i>Лист 40</i>

### **Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации**


Порядок, критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации определяется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам в ФГБОУ ВО «РГУТИС».

### **Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля**

1-ая контрольная точка, проводится в 4(5\*) по разделу «Цифровизация организационно-экономической модели В2С» в виде защиты научного доклада на тему №1.2, выполненного с использованием компьютерной техники в форме устного опроса обучающихся

**Научный доклад на тему «Продуктовый подход и модели управления разработки цифрового сервиса в организационно-экономической модели В2С.»**, (Контрольная точка 3 в 2/4\* семестре), оценивается максимуму на 10 баллов, «хорошо» - 7,2 балла, «удовлетворительно» -5,1балла, «неудовлетворительно» - менее 5,1.

Критерий оценивания	Шкала оценивания
Актуальность и новизна выбранной темы исследования. Обучающийся правильно определяет рассматриваемые понятия, приводя соответствующие примеры; демонстрирует глубокие знания теоретического материала и самостоятельность выполнения работы; использует различные методы познания, использует большое количество различных источников информации. Изложение материала ясное и четкое, логически выстроено, приводятся различные точки зрения, а также обобщение выводов исследования. Изложение соответствует жанру проблемной научной статьи. Показывает освоение всех компетенций дисциплины.	2 балл
Выделение проблемы и ее решение. Обучающийся правильно определяет проблему в научной статье, приводя соответствующие примеры; демонстрирует знание теоретического материала и самостоятельность выполнения работы; использует различные методы познания, приводит альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему, делает аргументированные выводы. Изложение материала ясное и четкое, логически выстроенное. Показывает освоение компетенций.	2 балл
Ответы на заданные вопросы. Обучающийся определяет рассматриваемые понятия; демонстрирует знание теоретического материала; изложение материала ясное и четкое, логически выстроенное. Показывает освоение	1 балл

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 41</i>

всех компетенций дисциплины.	
Связь теории с практикой. Обучающийся представил практический материал по заявленной теме исследования. Освоение всех компетенций дисциплины.	1 балл
Презентация работы. Демонстрирует умение представить исследуемый материал.	2 балл
Освоение всех компетенций дисциплины.	10 баллов

2-ая контрольная точка, проводится 4(5\*) по разделу « Цифровизация организационно-экономической модели В2С в виде формализованного наблюдения и оценки результатов выполнения практических заданий на тему 1.3. – 1.7. в форме тестирования обучающихся

**Тестирование на тему «Этапы разработки цифрового сервиса в продуктовом подходе в модели В2С» (Контрольная точка 3 в 1/3\* семестре) , содержит 20 тестовых заданий**


Тестовые задания следующей формы: открытого типа, закрытого с вариантами ответов, задания по соотношению данных. Максимум количество баллов 10 баллов, «хорошо» - с 7,2 балла, «удовлетворительно» - с 6,1 балла, «неудовлетворительно» - менее 5,1. Возможно использование компьютерных технологий тестирования

**Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий в процентах:**


Критерии оценки	Оценка
выполнено верно заданий	9-10 баллов, если (90 –100)% правильных ответов
	7-8 баллов, если (70 – 89)% правильных ответов
	5-6 баллов, если (50 – 69)% правильных ответов
	0 баллов, если менее 50% правильных ответов

3-ая контрольная точка, проводится 4(5\*) по разделу « Цифровизация организационно-экономической модели В2С в виде устного опроса, и оценка результатов выполнения практических заданий на темы 1.8. в форме устного опроса обучающихся

Баллы	Критерии оценивания	Показатели оценивания
<b>9-10</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– полно раскрыто содержание материала;</li> <li>– материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности;</li> <li>– продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала;</li> <li>– точно используется терминология;</li> <li>– показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала,</li> <li>– знание основной и дополнительной литературы;</li> <li>– последовательно и четко отвечает на вопросы билета и дополнительные вопросы;</li> <li>– уверенно ориентируется в проблемных ситуациях;</li> <li>– демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные</li> </ul>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 42</i>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;</li> <li>– ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов;</li> <li>– продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;</li> <li>– продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы;</li> <li>– допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию</li> </ul>	<p>выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой</li> </ul>
<b>7-8</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– вопросы излагаются систематизировано и последовательно;</li> <li>– продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;</li> <li>– продемонстрировано усвоение основной литературы.</li> <li>– ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков:             <ul style="list-style-type: none"> <li>– а) в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа;</li> <li>– б) допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя;</li> <li>– в) допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся показывает полное знание             <ul style="list-style-type: none"> <li>– программного материала, основной и                 <ul style="list-style-type: none"> <li>– дополнительной литературы;</li> </ul> </li> <li>– дает полные ответы на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности;</li> <li>– правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций;</li> <li>– демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой</li> </ul> </li> </ul>
<b>5-6</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся показывает знание основного             <ul style="list-style-type: none"> <li>– материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности;</li> <li>– при ответе на вопросы</li> </ul> </li> </ul>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b>	СМК РГУТИС
	<b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	Лист 43


	<ul style="list-style-type: none"> <li>– усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам;</li> <li>– имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;</li> <li>– при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации;</li> <li>– продемонстрировано усвоение основной литературы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>билета и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения;</li> <li>– не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций;</li> <li>– подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне</li> </ul>
0	<ul style="list-style-type: none"> <li>– не раскрыто основное содержание учебного материала;</li> <li>– обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала;</li> <li>– допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов.</li> <li>– не сформированы компетенции, умения и навыки.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине;</li> <li>– не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом;</li> <li>– не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой</li> </ul>

**Оценочная шкала устного ответа в процентах (Контрольная точка 1 в 3 семестре)**

Процентный интервал оценки	Баллы
менее 50%	0
51% - 70%	5-6
71% - 90%	7-8
90% - 100%	9-10

4-ая контрольная точка, проводится 4(5\*) по разделу « Цифровизация организационно-экономической модели В2С в виде индивидуального проекта на тему КТ№4 в форме устного опроса обучающихся


**Индивидуальный проект на тему «Управление развитием цифрового сервиса в модели В2С » (Контрольная точка 4 в 4/5\* семестре), составляет максимальный бал –**

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 44</i>

15 – «отлично», 12 балла – «Хорошо», 9 балла – «удовлетворительно», менее 5 баллов - незачет и следует считать индивидуальное задание.

Критерии оценки группового проекта могут трансформироваться в зависимости от их конкретного задания, при этом общие требования к качеству должны оцениваться по следующим критериям:

<b>Критерий</b>	<b>Требования к студенту</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>
<b>Знание и понимание теоретического материала.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— определяет рассматриваемые понятия четко и полно, приводя соответствующие примеры;</li> <li>— используемые понятия строго соответствуют теме;</li> <li>— самостоятельность выполнения работы.</li> </ul> <i>(проверяется на устном собеседовании с преподавателем)</i>	10
<b>Анализ и оценка информации. Работа в группе</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— грамотно применяет категории анализа;</li> <li>— умело использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений;</li> <li>— способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению;</li> <li>— диапазон используемого информационного пространства (студент использует большое количество различных источников информации);</li> <li>— обоснованно интерпретирует текстовую информацию с помощью графиков и диаграмм;</li> <li>— дает личную оценку проблеме;</li> </ul>	5
<b>Построение суждений</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— ясность и четкость изложения;</li> <li>— логика структурирования доказательств</li> <li>— выдвинутые тезисы сопровождаются грамотной аргументацией;</li> <li>— приводятся различные точки зрения и их личная оценка.</li> <li>— общая форма изложения полученных результатов и их интерпретации соответствует жанру проблемной научной статьи.</li> </ul>	5
<b>Оформление работы</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— работа отвечает основным требованиям к оформлению и использованию цитат;</li> <li>— соблюдение лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка;</li> <li>— оформление текста с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации;</li> <li>— соответствие формальным требованиям.</li> </ul> Представленная презентация в формате MS PowerPoint 2007-2014 (5 баллов), антиплагиат 75 и	10

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 45</i>

	более – 5 баллов	
--	------------------	--

### **Критерии оценки групповой работы:**

1. Партнерство в группе (работа в коллективе) – общение, готовность отвечать на вопросы, вклад в действия группы.
2. Участие – готовность взять ответственность, сотрудничество с группой, время, потраченное на выполнение своей части.
3. Самостоятельность работы – своевременность, опрятность, следование инструкциям, тщательность.
4. Проекты – творческий потенциал, стиль, поиск решения, аргументирование, объяснение.
5. Поведение – умение слушать, взаимодействие с другими студентами.
6. Задания со свободноконструируемым ответом – стиль, ясность, грамматика.
7. Тайм-менеджмент – оценивание способности управлять временем.

1-ая контрольная точка, проводится в 5(6\*) по разделу «Цифровизация организационно-экономической модели В2В в виде защиты интерактивных практических работ с использованием компьютерной техники по теме № 2.1-2.2 в форме устного опроса обучающихся

2-ая контрольная точка, проводится 5(6\*) по разделу «Цифровизация организационно-экономической модели В2В в виде формализованного наблюдения и оценки результатов выполнения практических заданий в форме тестирования обучающихся


3-ая контрольная точка, проводится 5(6\*) по разделу « Цифровизация организационно-экономической модели В2В в виде формализованного наблюдения и оценки результатов выполнения практических заданий в форме устного опроса обучающихся

4-ая контрольная точка, проводится 5(6\*) по разделу « Цифровизация организационно-экономической модели В2В в виде формализованного наблюдения и оценки наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий в форме устного опроса обучающихся

1-ая контрольная точка, проводится в 6(7\*) по разделу « Инновационное моделирование цифрового предприятия в видеформализованного наблюдения и оценки результатов выполнения практических заданий в форме контрольной работы и тестирование

2-ая контрольная точка, проводится 6(7\*) по разделу « Инновационное моделирование цифрового предприятия в видеформализованного наблюдения и оценки результатов выполнения практических заданий в форме устного опроса обучающихся

3-ая контрольная точка, проводится 6(7\*) по разделу « Инновационное моделирование цифрового предприятия в видеформализованного наблюдения и оценки результатов выполнения практических заданий в форме устного опроса обучающихся

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 46</i>

4-ая контрольная точка, проводится 6(7\*) по разделу « Инновационное моделирование цифрового предприятия в видеформализованного наблюдения и оценки результатов выполнения практических заданий в форме устного опроса обучающихся

**Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении**

Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения индивидуальных заданий (контрольных точек) студента по данной дисциплине. Форма проведения зачета определяется преподавателем, ведущим данную дисциплину, представлен в п.7.4.

**Критерии оценки «зачтено» и «незачтено»**

Ответ студента на зачете оценивается одной из следующих оценок: «зачтено» и «незачтено», которые выставляются по следующим критериям.


Оценки «зачтено» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой (п.8), демонстрирующие систематический характер знаний по дисциплине и способные к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценка «незачтено» выставляется студентам, обнаружившим пробелы в знаниях основного учебного материала, допускающим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Такой оценки заслуживают ответы студентов, носящие несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда студент не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение или приступать к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

**Экзамен по дисциплине** проводится в устной (по билетам) или письменной форме (в форме тестирования). Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки усвоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных дисциплинарных компетенций. Типовые вопросы и тестовые задания для экзамена приводятся в разделе 7.4.


**Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации**

Порядок, критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации определяется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам в ФГБОУ ВО «РГУТИС».


	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 47</i>

**Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при проведении промежуточной аттестации в устной форме экзамена**

<b>оценка</b>	<b>Критерии оценивания</b>	<b>Показатели оценивания</b>
<b>«5»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– полно раскрыто содержание материала;</li> <li>– материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности;</li> <li>– продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала;</li> <li>– точно используется терминология;</li> <li>– показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;</li> <li>– продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков;</li> <li>– ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов;</li> <li>– продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;</li> <li>– продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы;</li> <li>– допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала,</li> <li>– знание основной и дополнительной литературы;</li> <li>– последовательно и четко отвечает на вопросы билета и дополнительные вопросы;</li> <li>– уверенно ориентируется в проблемных ситуациях;</li> <li>– демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала;</li> <li>– подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой</li> </ul>
<b>«4»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– вопросы излагаются систематизировано и последовательно;</li> <li>– продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;</li> <li>– продемонстрировано усвоение основной литературы.</li> <li>– ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков:</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся показывает полное знание</li> <li>– программного материала, основной и</li> <li>– дополнительной литературы;</li> <li>– дает полные ответы на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности;</li> <li>– правильно применяет</li> </ul>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 48</i>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– а) в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа;</li> <li>– б) допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя;</li> <li>– в) допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя</li> </ul>	<p>теоретические положения к оценке практических ситуаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой</li> </ul>
«3»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;</li> <li>– усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам;</li> <li>– имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;</li> <li>– при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации;</li> <li>– продемонстрировано усвоение основной литературы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся показывает знание основного материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности;</li> <li>– при ответе на вопросы билета и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения;</li> <li>– не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций;</li> <li>– подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне</li> </ul>
«2»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– не раскрыто основное содержание учебного материала;</li> <li>– обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала;</li> <li>– допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов.</li> <li>– не сформированы компетенции, умения и навыки.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине;</li> <li>– не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом;</li> <li>– не подтверждает освоение</li> </ul>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 49</i>


	компетенций, предусмотренных программой
--	---

**Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при проведении промежуточной аттестации в форме решения тестовых заданий для зачета/экзамена**


Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

**7.3. 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.**


Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
2,3,4/4(5*)	<b>Цифровизация организационно-экономической модели В2С</b>	Научный доклад на тему №1.2	Научный доклад-презентация по блоку на тему «Продуктовый подход и модели управления разработки цифрового сервиса в организационно-экономической модели В2С», <b>оценивается максимуму на 10 баллов</b> , «хорошо» - 7,2 балла, «удовлетворительно» - 5,1 балла, «неудовлетворительно» - менее 5,1. Использование электронной презентации приветствуется.
4-6/4(5*)	Цифровизация организационно-экономической модели В2С	2-ая контрольная точка - формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий на тему 1.3. – 1.7. в форме тестирования обучающихся	20 тестовых заданий Тестовые задания следующей формы: открытого типа, закрытого с вариантами ответов, задания по соотношению данных. <b>Максимум количество баллов 10 баллов</b> , «хорошо» - с 7,2 балла, «удовлетворительно» - с 6,1 балла, «неудовлетворительно» - менее 5,1. Возможно использование компьютерных

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 50</i>

			технологий тестирования
7-11/4(5*)	Цифровизация организационно-экономической модели В2С	3-ая контрольная точка, в виде <b>устного</b> опроса, и оценка результатов выполнения практических заданий на темы 1.8..	Устный опрос выполняется в аудитории. <b>Суммарный вес 10 баллов.</b> Выполняется в аудитории. Каждый студент имеет уникальное задание, состоящее из –от 5 до 10 контрольных вопросов. Каждое задание оценивается в баллы: 0 - не сделал; 1 –сделал, допустил 9 ошибки; 2 – сделал, допустил 8 ошибки; 3 – сделал, допустил 7 ошибки; 4 – сделал, допустил 6 ошибку и т.д.
12-15/4(5*)	Цифровизация организационно-экономической модели В2С	Индивидуальный проект на тему КТ№4	Каждому обучающемуся выдается индивидуальное задание, которые будут обсуждаться в процессе занятия. В течении 2 недель проводится групповая и самостоятельная работа, под контролем преподавателя и в назначенный день представляется результаты в виде электронной презентации. Учитывается вклад каждого участника проекта. <b>Оценивается по критериям и составляет максимальный бал – 15</b> – «отлично», 10,2 балла – «Хорошо», 7,85 балла – «удовлетворительно», менее 5 баллов - незачет и следует сменить индивидуальное задание.
2,3,4/5(6*)	Цифровизация организационно-экономической модели В2В	1-ая контрольная точка, в виде защиты интерактивных практических работ с использованием компьютерной техники по теме № 2.1-2.2 в форме устного опроса	Устный опрос выполняется в аудитории. <b>Суммарный вес 10 баллов.</b> Выполняется в аудитории. Каждый студент имеет уникальное задание, состоящее из –от 5 до 10 контрольных вопросов. Каждое задание оценивается в баллы: 0 - не сделал; 1 –сделал, допустил 9 ошибки; 2 – сделал, допустил 8 ошибки; 3 – сделал, допустил 7 ошибки; 4 – сделал, допустил 6 ошибку и т.д.
4-6/5(6*)	Цифровизация организационно-экономической модели В2В	2-ая контрольная точка - формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий в форме тестирования	25 тестовых заданий Тестовые задания следующей формы: открытого типа, закрытого с вариантами ответов, задания по соотношению данных.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 51</i>

		обучающихся	<b>Максимум количество баллов 10 баллов</b> , «хорошо» - с 7,2 балла, «удовлетворительно» - с 6,1 балла, «неудовлетворительно» - менее 5,1. Возможно использование компьютерных технологий тестирования
7-11/5(6*)	Цифровизация организационно-экономической модели B2B	3-ая контрольная точка, формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий в форме устного опроса обучающихся	Устный опрос выполняется в аудитории. <b>Суммарный вес 10 баллов.</b> Выполняется в аудитории. Каждый студент имеет уникальное задание, состоящее из –от 5 до 10 контрольных вопросов. Каждое задание оценивается в баллы: 0 - не сделал; 1 –сделал, допустил 9 ошибки; 2 – сделал, допустил 8 ошибки; 3 – сделал, допустил 7 ошибки; 4 – сделал, допустил 6 ошибку и т.д.
12-15/5(6*)	Цифровизация организационно-экономической модели B2B	4-ая контрольная точка, формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий в форме устного опроса обучающихся	Устный опрос. <b>Суммарный вес 15 баллов</b>
2,3,4/6(7*)	Инновационное моделирование цифрового предприятия	1-ая контрольная точка - формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий в форме <b>контрольной работы и тестирование</b>	12 контрольных заданий Контрольные задания подразумевают полное и актуальное раскрытие вопросов. <b>Максимум количество баллов - 10</b> , «хорошо» - с 7,2 балла, «удовлетворительно» - с 6,1 балла, «неудовлетворительно» - менее 5,1.
4-6/6(7*)	Инновационное моделирование цифрового предприятия	2-ая контрольная точка, формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий в форме устного опроса обучающихся	Устный опрос выполняется в аудитории. <b>Суммарный вес 10 баллов.</b> Выполняется в аудитории. Каждый студент имеет уникальное задание, состоящее из –от 5 до 10 контрольных вопросов. Каждое задание оценивается в баллы: 0 - не сделал; 1 –сделал, допустил 9 ошибки; 2 – сделал, допустил 8 ошибки; 3 – сделал, допустил 7 ошибки; 4 – сделал, допустил 6 ошибку и т.д.
7-11/6(7*)	Инновационное моделирование цифрового предприятия	3-ая контрольная точка, формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения	Устный опрос выполняется в аудитории. <b>Суммарный вес 10 баллов.</b> Выполняется в аудитории. Каждый студент

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 52</i>

		практических заданий в форме устного опроса обучающихся	имеет уникальное задание, состоящее из –от 5 до 10 контрольных вопросов. Каждое задание оценивается в баллы: 0 - не сделал; 1 –сделал, допустил 9 ошибки; 2 – сделал, допустил 8 ошибки; 3 – сделал, допустил 7 ошибки; 4 – сделал, допустил 6 ошибку и т.д.
12-15/6(7*)	Инновационное моделирование цифрового предприятия	4-ая контрольная точка, - формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий в форме устного опроса обучающихся	Устный опрос выполняется в аудитории. <b>Суммарный вес 15          баллов.</b>

**Типовые контрольно-измерительные задания текущего контроля для оценки  
 знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы  
 формирования компетенции ПК-8**


1-ая контрольная точка, проводится в 4(5\*) по разделу « Цифровизация  
 организационно-экономической модели В2С» в виде защиты Научного доклада на тему  
 №1.2, выполненного с использованием компьютерной техники в форме устного опроса  
 обучающихся

**Контрольно-измерительные материалы по блоку «Цифровая трансформация  
 бизнеса: цифровизация модели В2С» (Контрольная точка 3 в 4(5\*) семестре)**

**Задание закрытого типа на установление соответствия**

**Задание 1.** Формулировка задания: Прочитайте текст и установите соответствие определений  
 (аббревиатуры) и описание моделей взаимодействий между участниками рынка

Обозн.	Определения (аббревиатура) моделей взаимодействий между участниками рынка	Описание моделей взаимодействий между участниками рынка
А	В2С	1. — термин, обозначающий коммерческие взаимоотношения между организацией и частным «конечным» потребителем.
Б	В2В	2. — - термин, определяющий вид информационного и экономического взаимодействия, классифицированного по типу взаимодействующих субъектов, в данном случае это — юридические лица, которые работают не на конечного рядового потребителя, а на такие же компании, то есть на другой бизнес
В	С2С	3. — потребитель для потребителя. Продавая

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 53</i>

		автомобиль через платформу объявлений, вы реализуете эту модель.
Г	C2B	4. — потребитель для бизнеса. Это могут быть услуги фрилансера или закупка молока у фермеров, которую осуществляет маслосырзавод.

**Ответ:**

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами

А	Б	В	Г

**Задание 2.** Формулировка задания: Прочитайте текст и установите соответствие определений (аббревиатуры) и описание моделей взаимодействий между участниками рынка

Обозн.	Определения (аббревиатура) моделей взаимодействий между участниками рынка	Описание моделей взаимодействий между участниками рынка
А	B2B	1. — бизнес для бизнеса: поставка железной руды металлургическому заводу.
Б	B2G	2. — бизнес для государства. Госзакупки. Такие взаимоотношения регулируются 44-ФЗ и 223-ФЗ. Например, создание и поддержка образовательного ПО для школ.
В	G2B	3. — государство для бизнеса, модель, при которой государство облегчает бизнесу взаимодействие и участие в сделках. Например, публичная кадастровая карта или личный кабинет юридического лица на сайте ФНС.
Г	G2G	4. — государство государству. Государственные органы тоже оказывают услуги или поставляют продукцию друг другу. Как пример — Вневедомственная охрана оказывает услуги по охране зданий органов государственной власти.

**Ответ:**

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами

А	Б	В	Г

**Задание 3.** Формулировка задания: Прочитайте текст и установите соответствие определений (аббревиатуры) и описание моделей взаимодействий между участниками рынка

Обозн.	Определения (аббревиатура) моделей взаимодействий между участниками рынка	Описание моделей взаимодействий между участниками рынка
А	C2C	1. — потребитель для потребителя. Продавая знакомому гараж или покупая зелень у бабушки на рынке, вы реализуете эту модель.
Б	C2G	2. — гражданин для государства: частное лицо вступает с госорганами в коммерческие отношения, например, оплачивает штрафы, налоги и пошлины или заказывает справки, выписки из ЕГРН

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 54</i>

		и др.
В	G2C	3. — государство для гражданина. Яркий пример — портал госуслуг.
Г	G2G	4. — государство государству. Государственные органы тоже оказывают услуги или поставляют продукцию друг другу. Как пример — Вневедомственная охрана оказывает услуги по охране зданий органов государственной власти.

**Ответ:**

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами

А	Б	В	Г

**Задание 4.** Формулировка задания: Прочитайте текст и установите соответствие описание ключевых показателей Unit-экономики и определения (аббревиатура) ключевых показателей Unit-экономики

№	Описание ключевых показателей Unit-экономики	Определения (аббревиатура) ключевых показателей Unit-экономики
А	- затраты на привлечение потенциальных покупателей, включает затраты на привлечение трафика (например, на покупку контекстной рекламы).	1. Cost Per Acquisition
Б	– средний доход с пользователя в единицу времени.	2. ARPU - (Average Revenue per User)
В	- количество привлеченных уникальных посетителей (напр. на посадочную страницу или пользователей в мобильное приложение)	3. User Acquisition
Г	— возвращаемость пользователей, буквально можно понимать, как “процент месячной аудитории, которая приходит на N день в сервис или приложение”.	4. Retention (Удержания)


**Ответ:**

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами

А	Б	В	Г

**Задание 5.** Формулировка задания: Прочитайте текст и установите соответствие определения (аббревиатура) термина концепции развития и описание (значение) этого термина

№	Описание (значение) термина	Определения (аббревиатура) термина
А	— это создание для организации долговременной ценности, формируемой клиентами, рынками и связями. Процесс разработки бизнеса можно сравнить с выбором правильных технических решений при написании ядра программного продукта.	1. Business development, биздев (англ. — разработка/развитие бизнеса)
Б	— это тестирование идеи или прототипа будущего продукта на потенциальных потребителях, то есть клиентоориентированный подход к созданию бизнеса.	2. Customer Development (CustDev)

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 55</i>

	Согласно этой концепции продукт обязательно должен решать проблему клиента. Сначала выявляется проблема, потом разрабатывается продукт, а не наоборот. Согласно методологии Lean Startup	
В	— перевод компании из частной в публичную, с первой продажей её акций на бирже. Пока компания является частной, стать её инвестором может только ограниченный круг лиц. Но после того как компания вышла на концепцию развития, купить её акции может любой человек. Для многих стартаперов выход на концепцию развития является заоблачной мечтой, к которой они с большим рвением стремятся	3. IPO (англ. Initial Public Offering — Первичное публичное предложение)
Г	— способ финансирования компании на свои деньги, без привлечения внешних инвестиций.	4. Bootstrapping

**Ответ:**

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами

А	Б	В	Г

**Задание 6.** Формулировка задания: Прочитайте текст и установите соответствие определения описание (значение) показателя оценки объема рынка и (аббревиатуру) этого показателя


№	Описание (значение) показателя оценки объема рынка	Определения (аббревиатура) показателя оценки объема рынка
А	— доступный объем рынка. Сколько клиентов и в каком объеме на целевом для вас рынке нуждаются (но не обязательно могут купить) в продуктах, находящихся в той же категории, что и продукт, который вы предлагаете. Сегмент ТАМ на который нацелены ваши продукты или географически достижимый рынок.	1. SAM - Segmented Addressable Market or Served Available Market
Б	— достижимый объем рынка. объем рынка, который вы реально можете захватить в конкретном временном периоде с учетом конкуренции, особенностей среды и каналов продаж. Часть SAM, достижимый в ближайшей перспективе в рамках текущей бизнес-модели.	2. SOM - Serviceable Obtainable Market / Share of the Market
В	общий объем целевого рынка. Сколько клиентов и в каком объеме на целевом для вас рынке нуждаются (но не обязательно могут купить) в продуктах, находящихся в той же категории, что и продукт, который предлагает бизнес.	3. TAM - Total Available or Addressable Market –
Г	— потенциально доступный рынок. Это весь объем рынка с учётом того, как он изменится за интересующее вас время.	4. PAM (Potential Available Market)

**Ответ:**

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами

А	Б	В	Г

**Задание 7.** Формулировка задания: Прочитайте текст и установите соответствие определения описание (значение) подходов к разработке программного обеспечения и (аббревиатуру) этого подхода

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	СМК РГУТИС <hr/> Лист 56

№	Описание (значение) подходов к разработке программного обеспечения	Определения (аббревиатура) подходов к разработке программного обеспечения
А	это семейство «гибких» подходов к разработке программного обеспечения. Такие подходы также иногда называют фреймворками или -методологиями.	1. Методология Agile – (agile software development, от англ. agile – проворный) –
Б	Над каждым проектом работает универсальная команда специалистов, к которой присоединяется еще два человека: владелец продукта и s-мастер. Методология делит рабочий процесс на равные спринты от недели до месяца.	2. Методология Scrum – это «подход структуры».
В	Его задача – сбалансировать разных специалистов внутри команды и избежать ситуации, когда дизайнеры работают сутками, а разработчики жалуются на отсутствие новых задач.	3. Методология Kanban - это «подход баланса».

**Ответ:**

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами

А	Б	В

**Задание 8.** Формулировка задания: Прочитайте текст и установите соответствие определения описание (значение) показателя оценки объема рынка и (аббревиатуру) этого показателя

№	Описание (значение) Тип презентации проекта перед потенциальными инвесторами	Определения (аббревиатура) Тип презентации проекта перед потенциальными инвесторами
А	— самая короткая презентация проекта, которую можно успеть сделать во время поездки с инвестором на лифте: проблема, решение и перспектива монетизации проекта	1. Pitch1 - Elevator pitch (1 минута)
Б	- (7-10 минут) включает все блоки из idea pitch плюс описание конкурентов, планы, информацию о том, что уже сделано и сколько нужно денег	2. Pitch3 - Funding pitch
В	- (3 минуты) состоит из названия проекта, проблемы, решения, объема рынка, бизнес-модели, команды, заключения и контактов.	3. Pitch2 - Idea pitch

**Ответ:**

Запишите в таблицу выбранные цифры под соответствующими буквами


А	Б	В

**Задание 9.** Формулировка задания: Прочитайте текст и установите соответствие определения **Задание закрытого типа с выбором одного верного ответа из предложенных**

**Формулировка задания:** Прочитайте текст, выберите правильный ответ

**Задание 1.** Выберите причину или причины провала стартапов, по мнению Эрика Риса:

- 1) Увлечение традиционными для бизнеса расчетами, планами, построением стратегии, всесторонними исследованиями рынка. Но проблема в том, что в условиях полной

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b>	СМК РГУТИС
	<b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	Лист 57

неопределенности, в которой действуют стартапы, эти классические методы менеджмента не работают.

- 2) Вторая причина может показаться полностью противоположной первой, — видя, что традиционные подходы менеджмента не работают, предприниматели вообще отказываются от каких-либо инструментов менеджмента. Они пускают все на самотек и руководствуются принципом «просто сделай это».
- 3) Оба варианта правильные

**Задание 2.** Запуск стартапа с использованием итерационного подхода, с еженедельной оценкой результатов и постановкой задач на следующую итерацию, называется:

- 1) бережливый стартап
- 2) гибкий стартап
- 3) бенчмаркинг
- 4) бутстрэппинг

**Задание 3.** Бережливая канва бизнес-модели (lean canvas) предлагает добавить к стандартной канве следующие элементы:

- 1) потребительские сегменты
- 2) проблема
- 3) структура затрат
- 4) ценностное предложение
- 5) ключевые метрики
- 6) несправедливое преимущество
- 7) решение

**Задание 4.** Бизнес-модель на основе краудсорсинга предполагает:


- 1) поставку «нишевых» товаров для небольших групп потребителей
- 2) наличие нескольких групп потребителей, взаимодействующих между собой в рамках бизнес-модели
- 3) привлечение широкого круга людей для разработки решений для стартапа
- 4) поставку товаров либо услуг бесплатно по крайней мере одному потребительскому сегменту

**Задание 5.** К 9 структурным блокам бизнес-модели относится:

- 1) ключевые издержки
- 2) ключевые виды деятельности
- 3) потребительские расходы
- 4) структура предложения

**Задание 6.** Согласно модели Кеневин, к какой ситуациям чаще всего относятся стартапы:

- 1) простая
- 2) запутанная
- 3) разрозненная
- 4) хаотичная

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b>	СМК РГУТИС
	<b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	Лист 58

**Задание 7.** К принципам Agile-манифеста относится следующее (выберите все правильные варианты):

все вышеперечисленное

- 1) люди и взаимодействие важнее процессов и инструментов
- 2) ничего вышеперечисленного
- 3) сотрудничество с заказчиком важнее согласования условий контракта
- 4) работающий продукт важнее исчерпывающей документации

**Задание 8.** Укажите инструменты разработки бизнес-моделей:

- 1) бутстрэппинг с использованием гибких методологий
- 2) мозговой штурм
- 3) комбинирование нескольких бизнес-моделей
- 4) математическое моделирование
- 5) перенос бизнес-модели из другой отрасли

**Задание 9.** Укажите основные черты бизнес-модели «бритва и лезвие»:

- 1) основной товар продается по сниженной цене, а комплектующие продаются по повышенным ценам
- 2) осуществляется поставка «нишевых» товаров для небольших групп потребителей
- 3) в рамках бизнес-модели взаимодействуют несколько групп потребителей, и одна из этих групп получает товар бесплатно
- 4) по крайней мере один потребительский сегмент получает товар бесплатно

**Задание 10.** Если в многосторонней платформе увеличение одной группы приводит к росту привлекательности участия в платформе для других участников этой группы, то это называется:

- 1) негативный сетевой эффект
- 2) обратный сетевой эффект
- 3) косвенный сетевой эффект
- 4) прямой сетевой эффект


### **ПК-8.3. Осуществляет руководство разработкой и внедрением цифровых сервисов на предприятии**

**Задание 11.** К 9 структурному блоку канвы бизнес-модели не относится:

- 1) ценностные предложения
- 2) потребительские сегменты
- 3) маркетинговые предложения
- 4) структура издержек

**Задание 12.** Партизанский маркетинг предполагает:

- 1) применение гибкого подхода к организации маркетинга в стартапе
- 2) ориентацию на быстрый рост продаж
- 3) ориентацию на самые прибыльные рыночные сегменты
- 4) использование малобюджетных способов продвижения товаров на рынке

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 59</i>

**Задание 13.** Принципам Agile-манифеста относится следующее (выберите все правильные варианты):

- 1) работающий продукт важнее удовлетворенности клиента
- 2) люди и взаимодействие важнее процессов и инструментов
- 3) процессы и инструменты важнее исчерпывающей документации
- 4) готовность к изменениям важнее сотрудничества с заказчиком

**Задание 14.** Укажите основные черты бизнес-модели «FREE»:

- 1) по крайней мере один потребительский сегмент получает товар бесплатно
- 2) широкий круг людей («толпа») бесплатно участвуют в разработке решений для стартапа
- 3) в рамках бизнес-модели взаимодействуют несколько групп потребителей, и одна из этих групп получает товар бесплатно
- 4) осуществляется поставка «нишевых» товаров для небольших групп потребителей

**Задание 15.** Если в многосторонней платформе увеличение одной группы приводит к росту привлекательности участия в платформе для другой группы, то это называется:

- 1) Обратный сетевой эффект
- 2) Косвенный сетевой эффект
- 3) Негативный сетевой эффект
- 4) Прямой сетевой эффект

**Задание открытого типа с кратким ответом**

**Формулировка задания:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом

**Задание 1:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: Бизнес-модель — это:

**Задание 2:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: Стартап — это:

**Задание 3:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: Суть методики HADI-циклов состоит из:

**Задание 4:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: Модель SPACE описывает:

**Задание 5:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: Стартовая стадия (Зарождение — первая версия продукта) развития стартапа - это:

**Задание 6:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: Долина смерти, по определению Джеффри Мура, это:


**Задание 7:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: Создание стартапа (МИП) на основе разработки дает следующие преимущества:

**Задание 8:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: К основным инфраструктурным компонентам цифровой экономики относят:

**Задание 9:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: К основным компонентам электронного бизнеса в цифровой экономике относят:

**Задание 10:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: результат оцифровки (digitization) традиционных /аналоговых бизнес процессов

**Контрольно-измерительные материалы по блоку «Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели B2C» (Контрольная точка 2 в 4(5\*) семестре)**

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 60</i>

**Вопросы для подготовки к устному опросу обучающихся**

1. Теория потребительской ценности.
2. Структура ценности.
3. Модели потребительской ценности на B2C рынках: стандарт потребления (когнитивный маркетинг), эмоциональный продукт, кастомизация, модели вовлечения и сотворчества.
4. Концепции мирового передового опыта ITIL (IT Infrastructure Library).
5. Сервисный подход от Microsoft Operations Framework (MOF)- составные части, отличия от ITIL, преимущества и недостатки.
6. Эталонная модель управления ИТ-услугами Hewlett-Packard (IT Service Management Reference Model - ITSM). Преимущества модели.

**Контрольно-измерительные материалы по блоку «Цифровизация организационно-экономической модели B2C» (Контрольная точка 3 в 4(5\*) семестре)**

**Вопросы для подготовки к тестированию обучающихся**

**1. Сектор электронного рынка B2C относится к категории:**

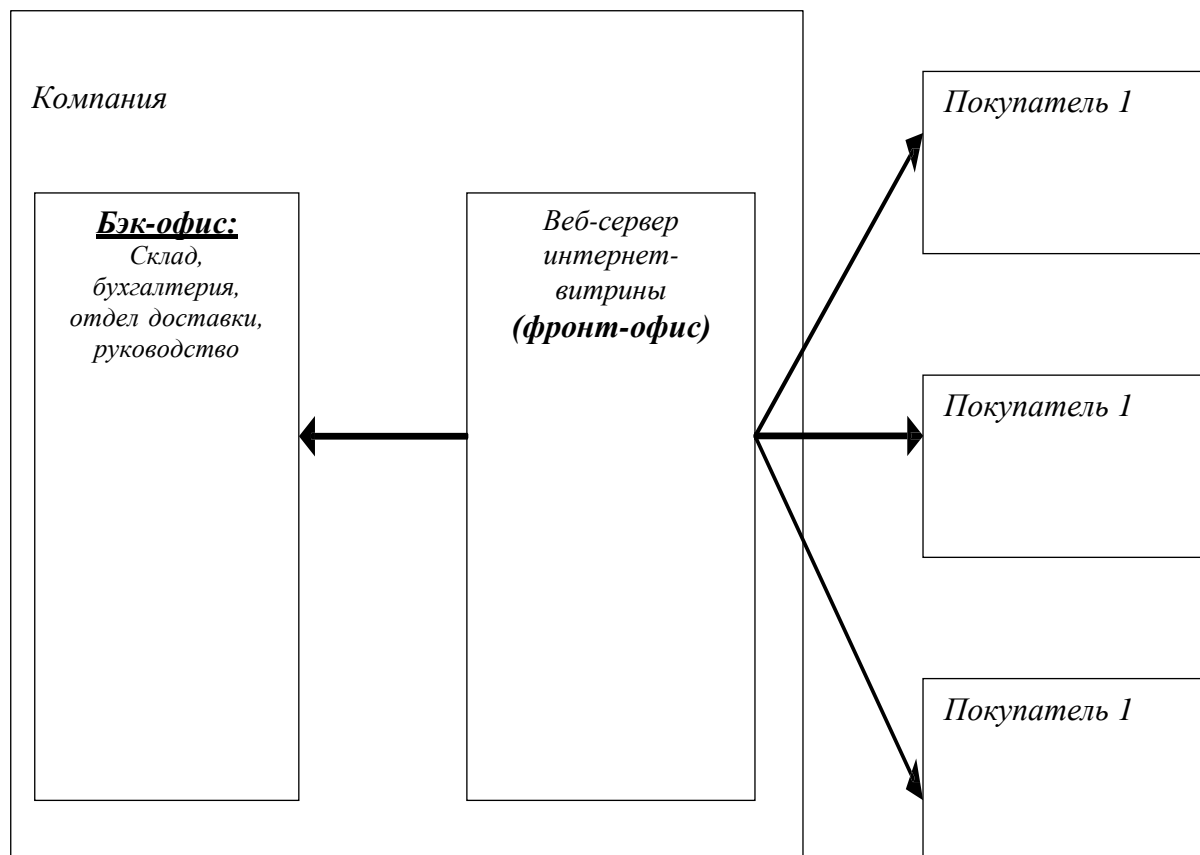
1. Бизнес – бизнес;
2. Бизнес – потребитель;
3. Потребитель – администрация;
4. Бизнес – администрация.

**2. Сравните основные критерии и формы оплаты систем B2B и B2C:**

Показатель	B2B	B2C
Основные критерии		
Оплата		

**3. Процесс обработки транзакций, представленный на рисунке, осуществляется в:**

1. Интернет-магазине;
2. Интернет-витрине.



**4. Интернет-витрина, расположенная на веб-сервере и снабженная виртуальной потребительской корзиной – это:**


1. бэк-офис;
2. фронт-офис;
3. профайлинг;
4. сайтпромоушн.

**5. Систематический сбор и анализ статистической информации о покупателях – это:**

1. промоушн;
2. дистрибуция;
3. профайлинг;
4. мониторинг.

**6. Минимум программно-аппаратных компонентов, необходимых для функционирования интернет-магазина, включает:**

1. веб-сервер;
2. потребительский спрос;
3. сервер приложений;
4. СУБД-сервер;
5. потребительская корзина;
6. антивирусная программа.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	СМК РГУТИС <hr/> <i>Лист 62</i>

**7. Опишите таблично достоинства и недостатки различных систем ведения розничной электронной торговли**

Модель	Достоинства	Недостатки
Электронный торговый ряд		
Интернет-витрина		
Интернет-магазин, не имеющий собственных складов и работающий по договорам с поставщиками		
Интернет-магазин, имеющий собственные складские запасы		

**8. Первый интерактивный элемент интерфейса, с которым сталкивается пользователь, отражает товарный ассортимент интернет-магазина:**

1. прейскурант цен;
2. каталог товаров;
3. исторические справки;
4. руководство магазина.

**9. Выберите этапы покупки товара в интернет-магазине:**

1. мотивация покупателя;
2. выбор товара;
3. баннерная реклама;
4. оформление заказа.

**10. Тип корзины, которая используется для автоматизации снабжения крупных географически распределенных предприятий:**

1. корпоративная;
2. стандартная;
3. типовая;
4. основная;
5. вспомогательная.

**11. Расположите в правильной последовательности обработки заказа:**


1. оформление документов на доставку товара;
2. регистрация товара на складе;
3. оплата.

**12. Перечислите способы оплаты товаров в интернет-магазинах:**

---



---

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 63</i>

**13. Предоставление услуг специализированного посредника – это:**

1. аутсорсинг;
2. профайлинг;
3. лизинг;
4. хостинг.
- 5.

**14. Аренда дискового пространства у провайдера – это:**

1. аутсорсинг;
2. профайлинг;
3. контент;
4. хостинг.

**15. Перечислите варианты организации систем интернет-торговли:**

---



---



---



---



---

**16. Содержание веб-страниц не связано автоматически с базой данных товаров в веб-сайте:**

1. динамическом;
2. статическом;
3. статистическом;
4. прогрессирующем.


**Контрольно-измерительные материалы по блоку «Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2С» (Контрольная точка 4 в 4(5\*) семестре)**

**Вопросы для подготовки к устному опросу обучающихся**

1. Управление взаимоотношениями с покупателями на В2С рынках.
2. Маркетинг взаимоотношений на В2С рынках. Структура системы CRM.
3. Программы лояльности.
4. Маркетинг вовлечения.
5. SMM-маркетинг. Маркетинговая концепция 4P/4C/7C в SMM.

**Контрольно-измерительные материалы по блоку «Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2В» (Контрольная точка 1 в 5(6\*) семестре),**

**Вопросы для подготовки к устному опросу обучающихся**

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	СМК РГУТИС <hr/> <i>Лист 64</i>

1. Сущность маркетинга B2B и промышленного маркетинга.
2. B2B рынки: характеристики, особенности развития.
3. Особенности маркетинга различных видов ППТН.
4. Типология продукции производственно-технического назначения.
5. Особенности маркетинга продукции краткосрочного пользования и инвестиционных товаров.
6. Метод маркетинг-микс на промышленных рынках.
7. Трансформация метода маркетинг-микс в метод взаимодействия.
8. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент».
9. Сетевой подход как развитие идей взаимодействия на промышленных рынках.

**Контрольно-измерительные материалы по блоку «Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели B2B» (Контрольная точка 2 в 5(6\*) семестре),**

**Вопросы для подготовки к тестированию обучающихся по теме «Подходы к сегментации электронного рынка»**

**1. Сектор электронного рынка B2B относится к категории:**

1. Бизнес – бизнес;
2. Бизнес – потребитель;
3. Потребитель – администрация;
4. Бизнес – администрация.

**2. Сравните цены и способы покупки систем B2B и B2C:**

<b>Показатель</b>	<b>B2B</b>	<b>B2C</b>
Цены и способы покупки		

**3. Выберите правильное утверждение:**

1. по своему объему и значению сектор B2C намного превосходит B2B;
2. по своему объему и значению сектор B2B намного превосходит B2C;
3. по своему объему и значению сектор B2B примерно равен B2C.

**4. Если продукты компании используются в различных отраслях, то их продают:**

1. на вертикальном рынке B2B;
2. на горизонтальном рынке B2B.

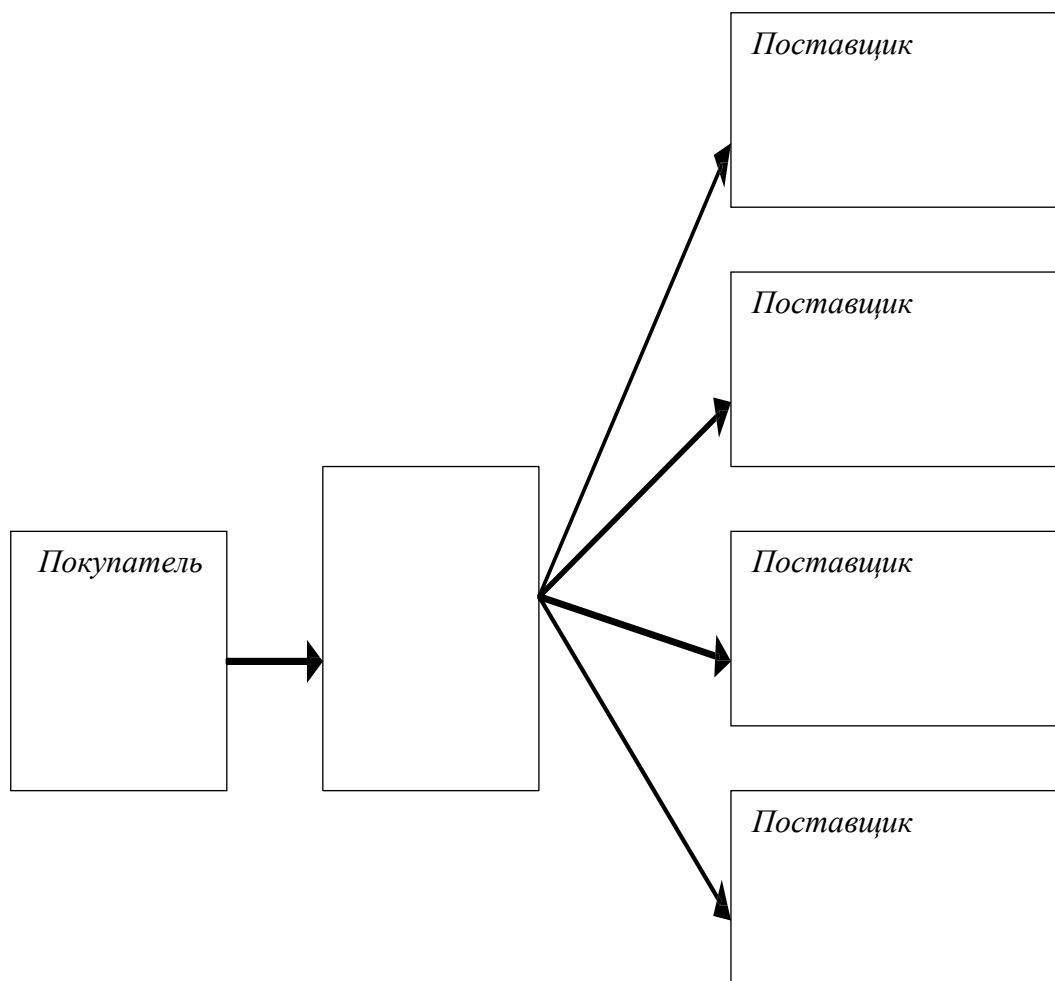
**5. Если продукты компании очень специализированы и их использование ограничено конкретной отраслью, то они продаются:**

1. на вертикальном рынке B2B;
2. на горизонтальном рынке B2B.

**6. Тип закрытого рынка B2B, использующий динамичную модель ценообразования:**

1. интернет-магазин;
2. интернет-витрина;
3. электронный форум;
4. телеконференция.


**7. Схема закрытого электронного рынка B2B действует:**



1. по статичной модели;
2. по динамичной модели.

**8. Типы электронных рынков B2B:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b>	СМК РГУТИС
	<b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	Лист 66

**9. Модель открытого рынка В2В при динамичном ценообразовании:**

1. мелкий электронный магазин;
2. электронные закупки;
3. электронная сеть снабжения;
4. модель электронной биржи.

**10. Модель открытого рынка В2В при фиксированном ценообразовании:**

1. мелкий электронный магазин;
2. электронные закупки;
3. электронная сеть снабжения;
4. модель электронной биржи.

**11. Модель закрытого рынка В2В при динамичном ценообразовании:**

1. мелкий электронный магазин;
2. электронные закупки;
3. электронная сеть снабжения;
4. модель электронной биржи.


**12. Модель закрытого рынка В2В при статичном ценообразовании:**

1. мелкий электронный магазин;
2. электронные закупки;
3. электронная сеть снабжения;
4. модель электронной биржи.

**Контрольно-измерительные материалы по блоку «Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2В» (Контрольная точка 3 в 5(6\*) семестре),**

**Вопросы для подготовки к устному опросу обучающихся**

1. Тестовое задание открытого типа. Закончите выражение: Бизнес-модель — это:
2. Тестовое задание открытого типа. Закончите выражение: Стартап — это:
3. Тестовое задание открытого типа. Основные характеристики стартапа:
4. Тестовое задание открытого типа. Опишите типичный путь развития стартапа, по мнению Стива Бланка:
5. Тестовое задание открытого типа. Суть методики HADI-циклов состоит из:
6. Тестовое задание открытого типа. Модель SPACE описывает:
7. Тестовое задание открытого типа. Стартовая стадия (Зарождение — первая версия продукта) развития стартапа:
8. Тестовое задание открытого типа. Долина смерти, по определению Джеффри Мура, это:
9. Тестовое задание открытого типа. Создание МИП на основе разработки дает следующие преимущества:
10. Определить единственно верную последовательность MVP = Минимальный набор функционала, который даст значимый экономический результат (заказы, нужный опыт, обратная связь, провал...)
11. Дайте определение базовой модели монетизации: Компания создает и/или продает товары или услуги потребителям

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b>	<b>СМК РГУТИС</b>
	<b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<i>Лист 67</i>

12. Дайте определение базовой модели монетизации: Компания сама не производит продукт, а позволяет пользователям создавать и потреблять продукт других пользователей на своей площадке
13. определение базовой модели монетизации: по доходу - Доход поступает напрямую от покупателя продукта компании, либо косвенно монетизируется внимание потребителей через размещение рекламы
14. определение базовой модели монетизации (по доходу) : Доход поступает от одного или обоих участников сделки в виде доли от транзакций, либо за счет рекламы. Участие одной из сторон зачастую субсидируется для наполнения платформы.
15. Выберите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели модели монетизации Subscribe (подписка)
16. Выберите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели базовой модели монетизации (In-App Purchases - встроенные покупки)
17. Выберите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели монетизации Free (бесплатное приложение)
18. Выберите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели монетизации (Рекламная модель)
19. Выберите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели монетизации (Trial-to-Paid - пробуй и плати)
20. Выберите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели монетизации (Генерирование продаж)

**Контрольно-измерительные материалы по блоку «Цифровизация организационно-экономической модели В2В» (Контрольная точка 4 в 5(6\*) семестре),**


**Вопросы для подготовки к устному опросу обучающихся**

1. Инструментальные средства разработки сайтов и системы управления контентом (CMS- системы).
2. Контент-модель: определения, источники данных, иерархия, презентация, позиционирование, ведение.
3. Менеджмент-модель: процессы (отбор, разработка, импорт, хранение, измерения, поддержка), предпринимательские принципы, директивы, роли, степени ответственности.
4. Электронная коммерция в сервисе и организация продаж в секторе В2В.

**Контрольно-измерительные материалы по блоку «Инновационное моделирование цифрового предприятия» (Контрольная точка 1 в 6/7\* семестре)**

**Вопросы для подготовки к письменной контрольной работе обучающихся**

1. Инновационное преобразование бизнес-моделей.
2. Принципы создания бизнес-моделей.
3. Основные ошибки при создании бизнес-модели.
4. Структура инновационной бизнес-модели.


	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 68</i>

5. Понятие рекомбинации в бизнес-моделировании.
6. Анализ бизнес- экосистемы
7. Принципы генерирования идей методом NABC
8. Детализация бизнес-модели.
9. Стратегии генерирования инновационных бизнес-идей.
10. 4 ключевых измерения бизнес-модели.

**Контрольно-измерительные материалы по блоку «Инновационное моделирование цифрового предприятия» (Контрольная точка 2 в 6/7\* семестре)**

**Вопросы для подготовки к тестированию обучающихся**

1. Объект управления - это:
  - а) технологический процесс, течение которого должно удовлетворять некоторым требованиям;
  - б) человеко-машинный комплекс;
  - в) это критерий эффективности.
2. Важнейшим параметром СУ является:
  - а) вектор помех;
  - б) степень автоматизации управления;
  - в) управляющий параметр.
3. Основным понятием СОУ является:
  - а) надежность объекта;
  - б) значение критерия качества;
  - в) модель объекта.
4. Заключительным этапом проектирования СОУ является:
  - а) синтез языковых средств общения пользователей с техническим комплексом СОУ;
  - б) формирование макрокоманд процесса генерации;
  - в) совершенствование структуры, методов и средств управления.
5. Задачи оперативного управления решаются на основе построения:
  - а) линейного уравнения регрессии;
  - б) по полиномиальным моделям регулировочных диаграмм;
  - в) таблицы для минимизации (максимизации) целевой функции.
6. Критерий оптимизации выбирается на основе:
  - а) введения изменяющихся параметров;
  - б) интерпретации технологических решений;
  - в) систематизации и формализации технико-экономической информации.
7. Статистическое регулирование технологического процесса – это:
  - а) корректирование значений параметров технологического процесса по результатам выборочного контроля параметров производимой продукции;
  - б) статистический анализ и оценка качества продукции;
  - в) статистический приемочный контроль качества продукции.
8. Сигналом разладки технологического процесса является:
  - а) нарушение технологического цикла;


	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 69</i>

- б) выход регулируемой статистической характеристики за границу регулирования;  
 в) несоответствие регулируемых параметров их средним значениям.
9. Риском излишней наладки называется:
- а) вероятность того, что по статистической оценке параметров технологического процесса будет принято решение не производить настройку, когда она в действительности необходима;
- б) дополнительная корректировка контролируемых параметров;
- в) вероятность того, что по статистической оценке параметров технологического процесса будет принято решение произвести очередную настройку, когда в ней нет необходимости.
10. При статистически управляемом технологическом процессе значения параметров продукции:
- а) не выходят за пределы границ регулирования;
- б) являются постоянными в течение некоторого интервала времени;
- в) имеют только случайные отклонения.
11. Стабильность технологического процесса предполагает:
- а) значения параметров продукции в пределах норм, заданных техническими условиями;
- б) постоянство значений его параметров в течение некоторого времени без вмешательства извне.
12. Активная идентификация – это:
- а) логическое развитие концепции активного эксперимента в статистике;
- б) математическая модель динамической системы;
- в) составление конечно-разностных отношений.


**Контрольно-измерительные материалы по блоку «Инновационное моделирование цифрового предприятия» (Контрольная точка 3 в 6/7\* семестре)**

Вопросы для подготовки к устному опросу обучающихся:


21. Тестовое задание открытого типа. Закончите выражение: Бизнес-модель — это:
22. Тестовое задание открытого типа. Закончите выражение: Стартап — это:
23. Тестовое задание открытого типа. Основные характеристики стартапа:
24. Тестовое задание открытого типа. Опишите типичный путь развития стартапа, по мнению Стива Бланка:
25. Тестовое задание открытого типа. Суть методики HADI-циклов состоит из:
26. Тестовое задание открытого типа. Модель SPACE описывает:
27. Тестовое задание открытого типа. Стартовая стадия (Зарождение — первая версия продукта) развития стартапа:
28. Тестовое задание открытого типа. Долина смерти, по определению Джеффри Мура, это:
29. Тестовое задание открытого типа. Создание МИП на основе разработки дает следующие преимущества:

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b>	<b>СМК РГУТИС</b>
	<b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<i>Лист 70</i>

30. Определить единственно верную последовательность MVP = Минимальный набор функционала, который даст значимый экономический результат (заказы, нужный опыт, обратная связь, провал...)
31. Дайте определение базовой модели Монетизации: Компания создает и/или продает товары или услуги потребителям
32. Дайте определение базовой модели Монетизации: Компания сама не производит продукт, а позволяет пользователям создавать и потреблять продукт других пользователей на своей площадке
33. определение базовой модели Монетизации: по доходу - Доход поступает напрямую от покупателя продукта компании, либо косвенно магнетизируется внимание потребителей через размещение рекламы
34. определение базовой модели Монетизации (по доходу) : Доход поступает от одного или обоих участников сделки в виде доли от транзакций, либо за счет рекламы. Участие одной из сторон зачастую субсидируется для наполнения платформы.
35. Выберите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели модели монетизации Subscribe (подписка)
36. Выберите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели базовой модели Монетизации (In-App Purchases - встроенные покупки)
37. Выберите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели Монетизации Free (бесплатное приложение)
38. Выберите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели Монетизации (Рекламная модель)
39. Выберите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели монетизации (Trial-to-Paid - пробуй и плати)
40. Выберите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели Монетизации (Генерирование продаж)
41. Выберите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели Монетизации (value chain)
42. Укажите блок бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Остервальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации) обладает следующими параметрами : B2C (Автовладелец из России Житель крупных городов) (> 500 тыс. жителей)
43. Укажите блок бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Остервальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации) обладает следующими параметрами : Мнение клиента о стоимости эвакуации, которая может быть крайне высокой, особенно в труднодоступных местах или если надо произвести эвакуацию на длительное расстояние.
44. Укажите блок бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Остервальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b>	<b>СМК РГУТИС</b>
	<b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<i>Лист 71</i>

- эвакуации) обладает следующими параметрами : В любой точке России (более 6000 эвакуаторов в системе).
45. Укажите блок бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Остервальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации) обладает следующими параметрами : Аварий без гарантии и страховки (2014 год) – 9 млн. случаев (за (2014 год без гарантии – 322 тыс. в год)
  46. Укажите блок бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Остервальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации) обладает следующими параметрами : Yandex.Context средний клик < 30 руб.
  47. Укажите блок бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Остервальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации) обладает следующими параметрами : Достичь роста реализации карт тех.помощи – 20%)
  48. Укажите блок бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Остервальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации) обладает следующими параметрами : Комиссия с исполнителя – 14% (280 руб. в среднем)
  49. Укажите блок бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Остервальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации) обладает следующими параметрами : Затраты на разработку мобильного приложения (R&D) – 500 тыс руб)
  50. Укажите блок бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Остервальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации) обладает следующими параметрами : 500 реализованных эвакуаций в месяц с конверсией 3%
  51. К основным инфраструктурным компонентам цифровой экономики относят:...
  52. К основным компонентам электронного бизнеса в цифровой экономики относят:...
  53. Перечислите все, что относится к основе цифровой экономики:
  54. Назовите все характеристики цифровой экономики по критерию: ключевой ресурс конкурентоспособности компаний —организованная внутренняя и внешняя информация
  55. Назовите наиболее значимые Цифровые технологии у российских организаций в 2020 -2021 г.
  56. Назовите результат оцифровка (digitization) традиционных /аналоговых бизнес процессов
  57. Какие преимущества предоставляют цифровые технологии по сравнению с традиционными форматами ведения экономической деятельности?


	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 72</i>

58. Какой признак позволяет идентифицировать цифровую экономику?
59. Каких изменений в организации экономической деятельности в меньшей степени требуют цифровые технологии?
60. Для какой сферы экономической деятельности в рамках решения основных производственных задач в наименьшей степени могут быть применимы технологии Интернета вещей (IoT)?
61. Какой из структурных элементов не относится драйверам технологии индустриального интернета («Индустрия 4.0»), которая, в свою очередь, формирует четвертую промышленную революцию с соответствующим экономическим укладом?
62. Каково место материального сектора производства и в цифровой экономике?
63. Какой элемент платформ как моделей бизнеса не связан с управлением как специфической деятельностью?
64. В качестве какого элемента бизнес-экосистемы выступает платформенное решение в цифровой экономике?
65. Какая из прикладных областей не указана в явном виде в программе «Цифровая экономика Российской Федерации» в качестве площадки для апробации технологических решений?
66. Одной из тенденций цифровой экономики является использование смарт-контракта, который, по сути, не «смарт» и практически не контракт. Что представляет данная сущность?

**Контрольно-измерительные материалы по блоку «Инновационное моделирование цифрового предприятия» (Контрольная точка 4 в 6/7\* семестре)**

**Вопросы для подготовки к устному опросу обучающихся**


1. Цифровые инструменты для реализации программ лояльности предприятий сервиса
  1. Цифровизация фронт-офиса
  2. Цифровизация управления персоналом
  3. Цифровая система мотивации.
  4. Цифровая система контроля загрузки.
  5. Цифровизация управления и учета
  6. Автоматизированное рабочее место риэлтора
  7. Система статистики и аналитики бизнес-процессов в недвижимости.
  8. Цифровизация работы с базой объектов недвижимости
  9. Цифровизация работы с клиентской базой
  10. Цифровая система разграничения прав доступа пользователей
  11. Цифровая система учета и мониторинга содержания здания
  12. BIM-модель офиса для эксплуатации здания и управлении сложными объектами инженерной инфраструктуры.
  13. Интернет-технологии и информационно-вычислительные сети и в туризме
  14. Сервисы Интернета для обеспечения коммерции в туризме
  15. Электронная архитектура web-страницы

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 73</i>

16. Интернет-протоколы и стандарты безопасности виртуальных платежей
17. 14.Табличные массивы данных в web-документе
18. Цифровизация оказания услуг предприятий общественного и планового питания (рестораны, кафе, бары, столовые);
19. Цифровизация оказания услуг гостиничного бизнеса (отели, гостинцы, hostels);
20. Цифровизация оказания услуг сервисно-ремонтных организаций (автосервисы, автомойки, мастерские, таксопарки, химчистки, ателье, фотостудии);
21. Цифровизация оказания услуг IT-компаний;
22. Цифровизация оказания услуг SPA-салонов, салонов красоты, бани;
23. Цифровизация оказания услуг кадровых агентств;
24. Цифровизация оказания услуг агентств недвижимости;
25. Цифровизация оказания услуг финансового сектора (страховые агентства, лизинговые компании, ломбарды и др.).
26. Цифровизация оказания услуг образовательных учреждений (школы иностранных языков, учебные курсы).
27. Цифровизация оказания услуг предприятия здравоохранения (стоматологии, частные клиники).
28. Цифровизация оказания услуг проектных организаций.
29. Цифровизация оказания услуг спортивных учреждений (фитнес-клубы, спортивные секции, бассейны).

### **Темы докладов**

1. Big Data – генерация, сбор, хранение, управление, обработка и передача больших данных.
2. CNC-технологии и гибридные технологии – включая станки и технологии оборудования с числовым программным управлением, приводную технику, гибридные многофункциональные технологии обработки.
3. Аддитивные технологии (3D-принтеры, технологии, подходы и способы работ с исходными материалами, разработка и эксплуатация расходных материалов и набор услуг по 3D-печати)
4. Виртуальная фабрика
5. Инструменты цифровой трансформации компании
6. Информационные системы управления предприятием «Умная» фабрика
7. Концепция Фабрик Будущего
8. Мировые промышленные тренды. Industry 4.0
9. Новые материалы (в том числе передовые сплавы (суперсплавы), передовые полимеры, передовые композиционные материалы, передовые керамические материалы, металлопорошки и металлопорошковые композиции, метаматериалы).
10. Промышленная сенсорика – внедрение «умных» сенсоров и инструментов управления (контроллеров) в производственное оборудование, в помещение на уровне цеха или фабрики в целом.
11. Цифровое проектирование и моделирование.
12. Цифровое проектирование. Цифровая фабрика.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 74</i>

**Типовые контрольно-измерительные задания промежуточной аттестации для  
оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих  
этапы формирования компетенции ПК-8**

*Краткие методические указания по подготовке к промежуточной аттестации (зачёту и экзамену) в процессе освоения образовательной программы*

Зачёт является формой промежуточного контроля знаний и умений студентов по данной дисциплине, полученных на лекциях, практических занятиях и в процессе самостоятельной работы. Подготовка к зачёту способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к зачёту, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачёте студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по учебной дисциплине.

В период подготовки к зачёту студенты вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют промежуточные знания.

При подготовке к зачёту студентам целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, рекомендованные правовые акты, основную и дополнительную литературу.

На зачёт выносятся материал в объёме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины за семестр. Зачёт проводится в устной форме.

Ведущий данную дисциплину преподаватель составляет билеты, которые утверждаются руководителем ОПОП и включают в себя два вопроса или тестирование из 20 вопросов включающих ситуационные задачи. Формулировка вопросов совпадает с формулировкой перечня рекомендованных для подготовки вопросов зачёта, доведенного до сведения студентов накануне экзаменационной сессии. Содержание вопросов одного билета относится к различным разделам программы с тем, чтобы более полно охватить материал учебной дисциплины.

В аудитории, где проводится устный зачёт, должно одновременно находиться не более шести студентов на одного преподавателя, принимающего зачёт.


На подготовку к ответу на билет на зачёте отводится 20 минут.

Для прохождения зачёта студенту необходимо иметь при себе зачетную книжку и письменные принадлежности. Зачёт принимает преподаватель, читавший учебную дисциплину в данном учебном потоке (группе). За нарушение дисциплины и порядка студенты могут быть удалены с зачёта.

**Вопросы для промежуточной аттестации в форме зачета (письменно), проводимого в 4/5 семестре, по блоку «Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2С»**

**Задание закрытого типа с выбором одного верного ответа из предложенных**

**Формулировка задания:** Прочитайте текст, выберите правильный ответ

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b>	<b>СМК РГУТИС</b>
	<b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	Лист 75

**Задание 1.** Выберите причину или причины провала стартапов, по мнению Эрика Риса:

- 1) Увлечение традиционными для бизнеса расчетами, планами, построением стратегии, всесторонними исследованиями рынка. Но проблема в том, что в условиях полной неопределенности, в которой действуют стартапы, эти классические методы менеджмента не работают.
- 2) Вторая причина может показаться полностью противоположной первой, — видя, что традиционные подходы менеджмента не работают, предприниматели вообще отказываются от каких-либо инструментов менеджмента. Они пускают все на самотек и руководствуются принципом «просто сделай это».
- 3) Оба варианта правильные

**Задание 2.** Запуск стартапа с использованием итерационного подхода, с еженедельной оценкой результатов и постановкой задач на следующую итерацию, называется:

- 1) бережливый стартап
- 2) гибкий стартап
- 3) бенчмаркинг
- 4) бутстрэппинг

**Задание 3.** Бережливая канва бизнес-модели (lean canvas) предлагает добавить к стандартной канве следующие элементы:


- 1) потребительские сегменты
- 2) проблема
- 3) структура затрат
- 4) ценностное предложение
- 5) ключевые метрики
- 6) несправедливое преимущество
- 7) решение

**Задание 4.** Бизнес-модель на основе краудсорсинга предполагает:

- 1) поставку «нишевых» товаров для небольших групп потребителей
- 2) наличие нескольких групп потребителей, взаимодействующих между собой в рамках бизнес-модели
- 3) привлечение широкого круга людей для разработки решений для стартапа
- 4) поставку товаров либо услуг бесплатно по крайней мере одному потребительскому сегменту

**Задание 5.** К 9 структурным блокам бизнес-модели относится:

- 1) ключевые издержки
- 2) ключевые виды деятельности
- 3) потребительские расходы
- 4) структура предложения

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b>	<b>СМК РГУТИС</b>
	<b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	Лист 76

**Задание 6.** Согласно модели Кеневин, к какой ситуациям чаще всего относиться стартапы:

- 5) простая
- 6) запутанная
- 7) разрозненная
- 8) хаотичная

**Задание 7.** К принципам Agile-манифеста относится следующее (выберите все правильные варианты):

- 1) люди и взаимодействие важнее процессов и инструментов
- 2) ничего вышеперечисленного
- 3) сотрудничество с заказчиком важнее согласования условий контракта
- 4) работающий продукт важнее исчерпывающей документации

**Задание 8.** Укажите инструменты разработки бизнес-моделей:

- 1) бутстрэппинг с использованием гибких методологий
- 2) мозговой штурм
- 3) комбинирование нескольких бизнес-моделей
- 4) математическое моделирование
- 5) перенос бизнес-модели из другой отрасли

**Задание 9.** Укажите основные черты бизнес-модели «бритва и лезвие»:

- 1) основной товар продается по сниженной цене, а комплектующие продаются по повышенным ценам
- 2) осуществляется поставка «нишевых» товаров для небольших групп потребителей
- 3) в рамках бизнес-модели взаимодействуют несколько групп потребителей, и одна из этих групп получает товар бесплатно
- 4) по крайней мере один потребительский сегмент получает товар бесплатно


**Задание 10.** Если в многосторонней платформе увеличение одной группы приводит к росту привлекательности участия в платформе для других участников этой группы, то это называется:

- 1) негативный сетевой эффект
- 2) обратный сетевой эффект
- 3) косвенный сетевой эффект
- 4) прямой сетевой эффект

### **ПК-8.3. Осуществляет руководство разработкой и внедрением цифровых сервисов на предприятии**

**Задание 11.** К 9 структурному блоку канвы бизнес-модели не относится:

- 1) ценностные предложения
- 2) потребительские сегменты

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 77</i>

- 3) маркетинговые предложения
- 4) структура издержек

**Задание 12.** Партизанский маркетинг предполагает:

- 1) применение гибкого подхода к организации маркетинга в стартапе
- 2) ориентацию на быстрый рост продаж
- 3) ориентацию на самые прибыльные рыночные сегменты
- 4) использование малобюджетных способов продвижения товаров на рынке

**Задание 13.** Принципам Agile-манифеста относится следующее (выберите все правильные варианты):

- 1) работающий продукт важнее удовлетворенности клиента
- 2) люди и взаимодействие важнее процессов и инструментов
- 3) процессы и инструменты важнее исчерпывающей документации
- 4) готовность к изменениям важнее сотрудничества с заказчиком

**Задание 14.** Укажите основные черты бизнес-модели «FREE»:

- 1) по крайней мере один потребительский сегмент получает товар бесплатно
- 2) широкий круг людей («толпа») бесплатно участвуют в разработке решений для стартапа
- 3) в рамках бизнес-модели взаимодействуют несколько групп потребителей, и одна из этих групп получает товар бесплатно
- 4) осуществляется поставка «нишевых» товаров для небольших групп потребителей

**Задание 15.** Если в многосторонней платформе увеличение одной группы приводит к росту привлекательности участия в платформе для другой группы, то это называется:

- 1) Обратный сетевой эффект
- 2) Косвенный сетевой эффект
- 3) Негативный сетевой эффект
- 4) Прямой сетевой эффект


**Задание открытого типа с кратким ответом**

**Формулировка задания:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом

**Задание 1:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: Бизнес-модель — это:

**Задание 2:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: Стартап — это:

**Задание 3:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: Суть методики HADI-циклов состоит из:

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 78</i>

**Задание 4:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: Модель SPACE описывает:

**Задание 5:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: Стартовая стадия (Зарождение — первая версия продукта) развития стартапа - это:

**Задание 6:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: Долина смерти, по определению Джеффри Мура, это:

**Задание 7:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: Создание стартапа (МИП) на основе разработки дает следующие преимущества:

**Задание 8:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: К основным инфраструктурным компонентам цифровой экономики относят:

**Задание 9:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: К основным компонентам электронного бизнеса в цифровой экономике относят:

**Задание 10:** Прочитайте текст закончите выражение коротким ответом: результат оцифровки (digitization) традиционных /аналоговых бизнес процессов

**Формулировка задания:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ

**Задание 11:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ.  
Основные характеристики стартапа:

**Задание 12:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Опишите типичный путь развития стартапа, по мнению Стива Бланка:

**Задание 13:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Опишите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели базовой модели монетизации (In-App Purchases - встроенные покупки)

**Задание 14:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Опишите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели монетизации Free (бесплатное приложение)


**Задание 15:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Опишите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели монетизации (Рекламная модель)

**Задание 16:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Опишите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели монетизации (Trial-to-Paid - пробуй и плати)

**Задание 17:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Опишите все возможные особенности, относящиеся к ключевой модели монетизации (Генерирование продаж)

**Задание 18:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Напишите название блока бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Osterwaldera и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации) обладает следующими параметрами : B2C (Автовладелец из России Житель крупных городов) (> 500 тыс. жителей)

**Задание 19:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Напишите название блока бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Osterwaldera и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс :

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b>
		Лист 79

мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации») обладает следующими параметрами : Мнение клиента о стоимости эвакуации, которая может быть крайне высокой, особенно в труднодоступных местах или если надо произвести эвакуацию на длительное расстояние.

**Задание 20:** *Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание:* Напишите название блока бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Osterвальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации») обладает следующими параметрами : В любой точке России (более 6000 эвакуаторов в системе).

**Задание 21:** *Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание:* Напишите название блока бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Osterвальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации») обладает следующими параметрами : Аварий без гарантии и страховки (2014 год) – 9 млн. случаев (за 2014 год без гарантии – 322 тыс. в год)

**Задание 22:** *Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание:* Напишите название блока бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Osterвальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации») обладает следующими параметрами : Yandex.Context средний клик < 30 руб.

**Задание 23:** *Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание:* Напишите название блока бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Osterвальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации») обладает следующими параметрами : Достичь роста реализации карт тех.помощи – 20%)


**Задание 24:** *Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание:* Напишите название блока бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Osterвальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации») обладает следующими параметрами : Комиссия с исполнителя – 14% (280 руб. в среднем)

**Задание 25:** *Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание:* Напишите название блока бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Osterвальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации») обладает следующими параметрами : Затраты на разработку мобильного приложения (R&D) – 500 тыс руб)

**Задание 26:** *Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание:* Напишите название блока бизнес-модели (Business Model Canvas) авторов Александра Osterвальдера и Ив Пинье на основании представленного практического кейса. Кейс : мобильное приложение для Android с названием «Оказание техпомощи и эвакуации») обладает следующими параметрами : 500 реализованных эвакуаций в месяц с конверсией 3%

**Задание 27:** Перечислите все, что относится к основе цифровой экономики:

**Задание 28:** *Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание:* Напишите все характеристики цифровой экономики по критерию: ключевой ресурс конкурентоспособности компаний —организованная внутренняя и внешняя информация

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 80</i>

**Задание 29:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Напишите наиболее значимые Цифровые технологии у российских организаций в 2020 - 2021 г.

**Задание 30:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Напишите ответ на вопрос: Какой признак позволяет идентифицировать цифровую экономику?

**Задание 31:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Напишите ответ на вопрос: Каких изменений в организации экономической деятельности в меньшей степени требуют цифровые технологии?

**Задание 32:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Напишите ответ на вопрос: Для какой сферы экономической деятельности в рамках решения основных производственных задач в наименьшей степени могут быть применимы технологии Интернета вещей (IoT)?

**Задание 33:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Напишите ответ на вопрос: Какой из структурных элементов не относится драйверам технологии индустриального интернета («Индустрия 4.0»), которая, в свою очередь, формирует четвертую промышленную революцию с соответствующим экономическим укладом?

**Задание 34:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Напишите ответ на вопрос: Каково место материального сектора производства и в цифровой экономике?

**Задание 35:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Напишите ответ на вопрос: Какой элемент платформ как моделей бизнеса не связан с управлением как специфической деятельностью?

**Задание 36:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Напишите ответ на вопрос: В качестве какого элемента бизнес-экосистемы выступает платформенное решение в цифровой экономике?

**Задание 37:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Напишите ответ на вопрос: Какая из прикладных областей не указана в явном виде в программе «Цифровая экономика Российской Федерации» в качестве площадки для апробации технологических решений?


**Задание 38:** Прочитайте текст запишите обоснованный короткий ответ на задание: Напишите ответ на вопрос: Одной из тенденций цифровой экономики является использование смарт- контракта, который, по сути, не «смарт» и практически не контракт. Что представляет данная сущность?

**Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора**

**Формулировка задания:** Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

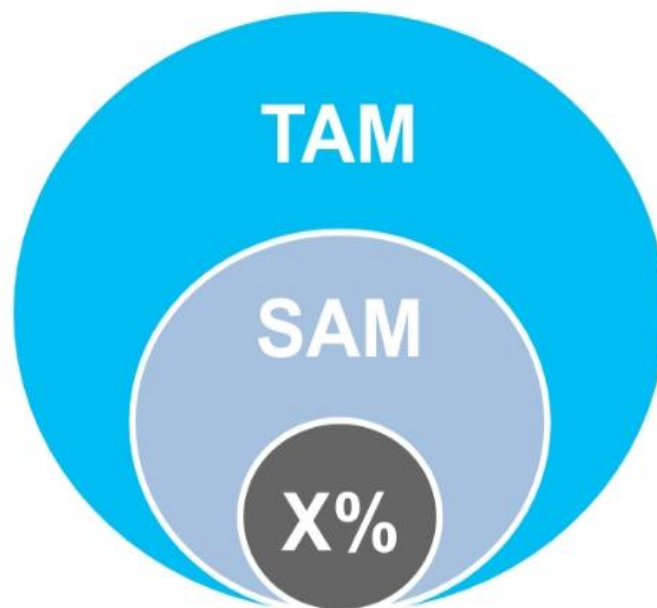
**Задание 1** Выберите единственно верный вариант ответа на вопрос: Создание МИП на основе разработки дает следующие преимущества:

- 1) Льготное налогообложение.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b>	СМК РГУТИС
	<b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	Лист 81

- 2) Дополнительное финансирование (например, программа «СТАРТ» от Фонда содействия инновациям).
- 3) Высокая конкурентоспособность за счет монополии на выпуск продукта, имеющего охранной документ, его новизны и оригинальности
- 4) Помощь бизнес-инкубаторов.
- 5) Все ответы верные

**Задание 2** Выберите единственно один верный ответ: назовите рынок, которого нет на рисунке




- 1) Объем целевого рынок
- 2) Объем реалистично достижимого сегмента
- 3) Объем реалистично достижимой доли рынка
- 4) нет правильного ответа
- 5) Все ответы верные

**Задание 3** Выберите единственно верный вариант ответа на вопрос: Выберите один верный ответ Бизнес-модель — это:

- 1) Концептуальная модель бизнеса, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли).
- 2) Бизнес-идея, оформленная в виде бизнес-плана.
- 3) Соотношение спроса и предложения на ценностное предложение на рынке.
- 4) Нет правильного ответа
- 5) Все ответы верные

**Задание 4:** Выберите один верный ответ: Верно ли выражение " продакт-менеджеру дается определение «адвоката потребителя»

- 1) Верно

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	СМК РГУТИС <hr/> <i>Лист 82</i>


2) Не верно

**Задание 5: Выберите один верный ответ:** Суть методики HADI-циклов состоит из:

- 1) Гипотеза — действие — данные — выводы.
- 2) Скрытый режим — активные продажи — сделки — взаимодействие с появившимися клиентами.
- 3) Нет правильного ответа
- 4) Информирование, «шум» — активное привлечение потребителей — динамичное взаимодействие — возврат отказавшихся потребителей.
- 5) Создание продукта — поиск потребителей — тестирование каналов — построение бизнес-модели.


**Вопросы для промежуточной аттестации в форме зачета (устно), проводимого в 4/5 семестре, по блоку «Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2С»**

1. Предпосылки и суть цифровой трансформации. Четвертая промышленная революция. Информационная экономика как основа развития цифровой экономики.
2. Концепция цифровой бизнес-модели. Цифровые угрозы и возможности. Цифровое конкурентное преимущество.
3. Цифровые и нецифровые отрасли. Подходы к классификации маркетинга на промышленный и потребительский.
4. Теория технологического разрыва Майкла Познера.
5. Кибернетический взгляд на Четвертую промышленную революцию.
6. Влияние Четвертой промышленной революции на рынок труда и отношение к труду.
7. Влияние Четвертой промышленной революции на рынок труда и отношение на социальную сферу.
8. Киберфизическая система vs реальный мир: взаимопроникновение или противостояние?
9. Роль *Homofaber* и *Homocreator* в цифровой экономике.
10. Сравнение характеристик цифровой и аналоговой экономик.
11. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: основные идеи и федеральные проекты, входящие в нее.
12. Содержание и направления федерального проекта «Цифровые технологии».
13. Рынок AeroNet, его цели и ключевые сегменты.
14. Рынок AutoNet, его цели и ключевые сегменты.
15. Рынок NeuroNet, его цели и ключевые сегменты.
16. Рынок HealthNet, его цели и ключевые сегменты.
17. Рынок MariNet, его цели и ключевые сегменты.
18. Рынок FoodNet, его цели и ключевые сегменты.
19. Рынок EnergyNet, его цели и ключевые сегменты.
20. Рынок SafeNet, его цели и ключевые сегменты.
21. Рынок FinNet, его цели и ключевые сегменты.
22. Кросс-рыночное направление TechNetи его цели.


	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 83</i>

23. Оценка и состояние процессов цифровизации и цифровые характеристики современной России в глобальной цифровизации.
24. Мандаты внедрения цифровых технологий.
25. Национальные стандарты в области технологий интернета вещей (IoT), сенсорных сетей, промышленного интернета вещей.
26. Обзор состояния рынка интернета вещей в России.
27. Перспективы использования 3D печати для Фабрик Будущего.
28. Облачные решения для цифровой трансформации.
29. Цифровая экосистема бизнеса.
30. Экономические эффекты цифровизации и платформизации экономики.
31. Новые формы взаимодействия в цифровой экономике: уберизация, пиринговая экономика, экономика совместного потребления.
- 32. Трансформация моделей бизнеса в банках и страховых компаниях. Трансформация моделей деятельности университетов.**
33. B2B и B2C маркетинг.
34. Взаимосвязь B2B и B2C маркетинга.
35. Особенности потребительских рынков.
36. Метод маркетинг-микс на B2C рынках.
37. Классификация потребительских товаров.
38. FMCG. Особенности маркетинга разных видов товаров
39. Теория потребительской ценности.
40. Структура ценности.
41. Передовые методы организации работы ИТ-служб. Библиотека мирового передового опыта ITIL (IT Infrastructure Library).
42. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент». Контент-модель: определения, источники данных, иерархия, презентация, позиционирование, ведение.
43. Менеджмент-модель: процессы (отбор, разработка, импорт, хранение, измерения, поддержка), предпринимательские принципы, директивы, роли, степени ответственности
44. Модели потребительской ценности на B2C рынках: стандарт потребления (когнитивный маркетинг), эмоциональный продукт, кастомизация, модели вовлечения и сотворчества.
45. Финансы стартапа в B2C: модели монетизации, метрики стартапа и экономика продукта.
46. Поведение потребителей на B2C рынках Основы поведения потребителей. Особенности поведения он-лайн потребителей.
47. Управление взаимоотношениями с покупателями на B2C рынках Маркетинг взаимоотношений на B2C рынках.
48. CRM. Программы лояльности.
49. Маркетинг вовлечения. Value co-creation.
50. Электронная витрина предприятий электронной коммерции. SMM-маркетинг

**Перечень вопросов для промежуточной аттестации в форме устного экзамена/зачета, проводимого в 5/6 семестре по блоку «Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели B2B»**


	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b>	СМК РГУТИС
	<b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	Лист 84

1. Сущность маркетинга B2B и промышленного маркетинга.
2. B2B рынки: характеристики, особенности развития.
3. Особенности маркетинга различных видов ППТН.
4. Типология продукции производственно-технического назначения.
5. Особенности маркетинга продукции краткосрочного пользования и инвестиционных товаров.
6. Трансформация метода маркетингмикс в метод взаимодействия.
7. Модель взаимодействия: основные элементы и их характеристика.
8. Сетевой подход как развитие идей взаимодействия на промышленных рынках.
9. Цепочка и сеть ценности
10. Модели потребительской ценности на B2B рынках.
11. Методология оценки ценности.
12. TCO (total cost of ownership). Спрос на ППТН.
13. Характеристика спроса на ППТН: цепочка производного спроса.
14. Коллективный характер принятия решения о покупке ППТН.
15. Вертикальный и горизонтальный характер спроса.
16. Эффект акселерации.
17. Виды деловых покупателей: промышленные компании, оптовые компании, институциональные покупатели, частные предприниматели.
18. Сегментация промышленных покупателей.
19. Макро и микросегментация.
20. Мотивы промышленных покупателей.
21. Классификация моделей поведения промышленных покупателей.
22. Модель «Сетка процесса покупки».
23. Модель «покупательский центр».
24. Сущность маркетинга взаимоотношений с промышленными покупателями.
25. Роль транзакционных издержек в управлении взаимоотношениями с промышленными покупателями.
26. Сущность взаимоотношений: техническая и социальная стороны взаимоотношений. Дистанции между партнерами.
27. Финансы стартапа в B2B: модели монетизации, метрики стартапа и экономика продукта.
28. Виды инвестиций в отношения.
29. Жизненный цикл отношений с покупателем.
30. Концепция управления портфелем покупателей: предпосылки, сущность, основные понятия.
31. Структура портфеля покупателей.
32. Критерии выделения ключевых покупателей.
33. Процесс управления портфелем покупателей.
34. Методы анализа портфеля покупателей: метод концентрации продаж, метод анализа динамики структуры портфеля покупателей, анализ выгоды покупателя, модель Кампбэла и Канингхэма.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b>	СМК РГУТИС
	<b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	Лист 85

**Перечень вопросов для промежуточной аттестации в форме устного экзамена, проводимого в 6/7 семестре по блоку «Инновационное моделирование цифрового предприятия»**

1. Инновационное преобразование бизнес-моделей.
2. Принципы создания бизнес-моделей.
3. Основные ошибки при создании бизнес-модели.
4. Структура инновационной бизнес-модели.
5. Понятие рекомбинации в бизнес-моделировании.
6. Анализ бизнес- экосистемы
7. Принципы генерирования идей методом NABC
8. Детализация бизнес-модели.
9. Стратегии генерирования инновационных бизнес-идей.
10. 4 ключевых измерения бизнес-модели.
11. Анализ ключевых игроков бизнес модели
12. Принципы создания прототипа
13. Управление переменными, метод SMART
14. Agile-методы для цифрового предприятия.
15. Суть методологии Agile.
16. Философия и ценности гибкого управления цифровым предприятием.
17. Структура Agile-команды. Принципы взаимодействия участников.
18. Жизненный цикл команды. Стили лидерства в зависимости от стадии развития команды.
19. Дисфункции в Agile-команде. Стратегии решения конфликтов. Модель эскалации конфликтов.
20. Методология Scrum, ценности и роли в Scrum.
21. События Scrum: спринт, планирование спринта, ежедневный Scrum, обзор спринта, ретроспектива спринта.
22. Бэклог продукта: цель продукта, карта путешествий клиента и карта пользовательских историй
23. Критерии хорошей пользовательской истории: виды пользовательских историй
24. Критерии хорошей пользовательской истории: I.N.V.E.S.T.
25. Оценка пользовательских историй для заинтересованных лиц
26. История и суть Lean Startup.
27. Виды минимально жизнеспособных продуктов (MVP).
28. Тестирование бизнес-идей
29. Принципы работы с гипотезами, с экспериментами.
30. Характеристики метрик бизнес-модели.
31. Процесс принятия решений. Управление процессом тестирования.
32. Гибридное проектное управление
33. Модель SYNEFIN и различные подходы к проектам.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	СМК РГУТИС <hr/> Лист 86

34. Варианты гибридизации через неопределенные элементы и через уровни управления.
35. Варианты гибридизации через факторы сложности и по этапам. Гибридизация через выбор актуальных инструментов.

#### 7.4. Содержание занятий семинарского типа

##### Практическое занятие № 1

**Вид практического занятия:** Практическая работа, контрольная точка 1. Формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий

**Раздел:** Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2С

**Тема и содержание занятия:** Тема 1. Предпосылки и суть цифровой трансформации

**Практическое задание:** Тема 1. Предпосылки и суть цифровой трансформации, предусматривающее выполнение практической работы, контроль в форме устного опроса

**Цель занятия:** Ознакомиться с современными концепциями цифровизации общества

**Практические навыки:** использования методов и концепций цифровизации в различных сферах общества.

**Вопросы, выносимые на обсуждение:** Эволюция технологических укладов и цифровая экономика


Цифровизация госуслуг в России активно идет уже несколько лет, государственные сервисы становятся удобнее и доступнее. Пандемия коронавируса изменила повседневные отношения населения и органов власти, а также ведение бизнеса.

Проанализируйте по материалам Интернета плюсы и минусы цифровизации в условиях пандемии коронавируса. В частности, обратитесь к публикациям

- Центра подготовки руководителей цифровой трансформации (<https://cdto.ranepa.ru/pandemicgov>);
- портала «Будущее России. Национальные проекты», оператором которого является ТАСС (<https://futuresrussia.gov.ru/nacionalnye-proekty/tehnopandemia-kaktehnologii-menaut-povsednevnost-po-mere-rasprostraneniya-infekcii>);
- статьи генерального директора компании Huawei в регионе Евразия Эйден У (пандемия дала новый импульс цифровизации общества (<https://ria.ru/20200430/1570815748.html>));
- Росконгресс провел дискуссию «Влияние пандемии на развитие цифровых технологий в России» (<https://tass.ru/novosti-partnerov/8539101>) и к другим источникам.

По результатам анализа сделайте собственные выводы об использовании цифровых сервисов и платформ в различных условиях жизнедеятельности общества (работа с учетом удаленного доступа, цифровые пропуска при ограничении въезда — выезда, удаленное обучение в школах и вузах и др.).

Продолжительность занятия – 9 часов / 2 часа (входит опрос по контрольной точке – 1).

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 87</i>

### Практическое занятие № 2

**Вид практического занятия:** Практическая работа, контрольная точка 1. Формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий

**Раздел:** Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2С

**Тема и содержание занятия:** Продуктовый подход и модели управления разработки цифрового сервиса в организационно-экономической модели В2С.

**Практическое занятие, предусматривающее** выполнение практической работы, контроль в форме устного опроса

**Цель занятия:** Ознакомиться с современными концепциями цифровизации общества

**Практические навыки:** использования методов и концепций цифровизации в различных сферах общества.

**Вопросы, выносимые на обсуждение:**

Основы продуктового подхода и чем он отличается от традиционного подхода к управлению разработкой ЦП; Чем продуктовый подход может быть полезен при создании ЦП? Этапы разработки ЦП в продуктовом подходе. Характеристики моделей продуктов: Новаторский (Disrupt), Кастомизированный (Special), Коробочный (Commodity)

Продолжительность занятия – 9 часов / 2 часа (входит опрос по контрольной точке – 1).

### Практическое занятие № 3

**Вид практического занятия:** Практическая работа, контрольная точка 3. Формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий

**Раздел:** Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2С

**Тема и содержание занятия:** Тема 3. Этапы разработки цифрового сервиса в продуктовом подходе в модели В2С.

**Практическое занятие, предусматривающее** выполнение практической работы, контроль в форме устного опроса

**Цель занятия:** Ознакомиться с современной концепцией моделирования потребительской ценности на В2С рынках


**Практические навыки:** использования концепции моделирования потребительской ценности на В2С рынках

**Вопросы, выносимые на обсуждение:**

1. Теория потребительской ценности.
2. Структура ценности. Модели потребительской ценности на В2С рынках.
3. Подходы к классификации маркетинга на промышленный и потребительский В2В и В2С маркетинг.
4. Взаимосвязь В2В и В2С маркетинга.
5. Особенности потребительских рынков.
6. Метод маркетинг-микс на В2С рынках.
7. Классификация потребительских товаров.
8. FMCG. Особенности маркетинга разных видов товаров

Продолжительность занятия – 9 часов / 2 часа (входит опрос по контрольной точке – 2 ).

### Практическое занятие № 4

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 88</i>

**Вид практического занятия:** Практическая работа, контрольная точка 3. Формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий

**Раздел:** Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2С

**Тема и содержание занятия:** Тема 4. Инструменты разработкой цифрового сервиса в модели В2С.

**Практическое занятие, предусматривающее** выполнение практической работы, контроль в форме устного опроса

**Цель занятия:** Ознакомиться с современной концепцией "Поведение потребителей на В2С рынках"

**Практические навыки:** использования концепции "Поведение потребителей на В2С рынках"

**Вопросы, выносимые на обсуждение:**

Методология организации продуктовой команды Инструменты исследования и диагностики потребностей при разработке цифрового сервиса: CustDev, JTBD, анализ стейкхолдеров, анализ конкурентов.

Продолжительность занятия – 9 часов / 2 часа (входит опрос по контрольной точке – 3 ).

#### Практическое занятие № 5

**Вид практического занятия:** Практическая работа, контрольная точка 4. Формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий

**Раздел:** Цифровизация организационно-экономической модели В2С

**Тема и содержание занятия:** Тема 5. Модели потребительской ценности на В2С рынках

**Практическое занятие, предусматривающее** выполнение практической работы, контроль в форме устного опроса

**Цель занятия:** Ознакомиться с современной концепцией управления взаимоотношениями с покупателями на В2С рынках

**Практические навыки:** использования концепции управления взаимоотношениями с покупателями на В2С рынках

**Вопросы, выносимые на обсуждение:**

Концепции и системы управления ИТ-инфраструктурой предприятия. Эволюция определения понятия модели бизнеса от цепочки ценности М. Портера до модели бизнеса А. Остервальдера. Структура модели бизнеса: потребительские сегменты, ценностные предложения, взаимоотношения с клиентами, каналы сбыта, потоки доходов, ключевые виды деятельности, ключевые ресурсы, ключевые партнеры, структура издержек.


Продолжительность занятия – 9 часов / 2 часа (входит опрос по контрольной точке – 4 ).

#### Практическое занятие № 6

**Вид практического занятия:** Практическая работа, контрольная точка 4. Формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий

**Раздел:** Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели В2С

**Тема и содержание занятия:** Тема 6. Минимально жизнеспособный продукт (MVP-minimum viable product. Типы) методы, этапы построения.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 89</i>

**Практическое занятие, предусматривающее** выполнение практической работы, контроль в форме устного опроса

**Цель занятия:** Ознакомиться с современными концепциями цифровизации общества

**Практические навыки:** использования методов и концепций цифровизации в различных сферах общества.

**Вопросы, выносимые на обсуждение:** Цифровые технологии

Технология определения MVP. Кейсы MVP. Формирование MVP на основе User Story. Каким должен быть MVP на разных стадиях бизнеса. Типовые ошибки. UX-исследования. Виды и методы UX-исследований. Технология проведения. UX-исследований

Продолжительность занятия – 9 часов / 2 часа (входит опрос по контрольной точке – 4 ).

### Практическое занятие № 7

**Вид практического занятия:** Практическая работа, контрольная точка 1. Формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий

**Раздел:** Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели B2B

**Тема и содержание занятия:** Тема 7. Метрики проекта и экономика разработки цифрового сервиса

**Практическое занятие, предусматривающее** выполнение практической работы, контроль в форме устного опроса

**Цель занятия:** Ознакомиться с современной концепцией маркетинга B2B и промышленного маркетинга.

**Практические навыки:** использования концепции маркетинга B2B и промышленного маркетинга.

**Вопросы, выносимые на обсуждение:**

Модели монетизации: какие есть и как найти свою. Термины монетизации. Вводные для модели монетизации. Виды моделей монетизации. Выбор модели монетизации. Что такое Unit-экономика? Какие метрики подходят для большинства бизнес моделей? Ключевые метрики: число привлеченных пользователей (User Acquisition), стоимость привлечения пользователя (Cost Per Acquisition -CPA); доход на привлеченного пользователя (Average Revenue Per User -ARPU), LTV, Retention, конверсия

Продолжительность занятия – 9 часов / 2,5 часа (входит опрос по контрольной точке – 1 ).

### Практическое занятие № 8

**Вид практического занятия:** Практическая работа, контрольная точка 2. Формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий

**Раздел:** Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели B2B


**Тема и содержание занятия:** Тема 4. Модели потребительской ценности на B2B рынках.

**Практическое занятие, предусматривающее** выполнение практической работы, контроль в форме устного опроса

**Цель занятия:** Ознакомиться с современной цифровой технологией моделирования потребительской ценности на B2B рынках

**Практические навыки:** использования концепции моделирования потребительской ценности на B2B рынках

**Вопросы, выносимые на обсуждение:**

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 90</i>

Модели потребительской ценности на B2B рынках. Методология оценки ценности. ТСО (total cost of ownership). Спрос на ППТН. Характеристика спроса на ППТН: цепочка производного спроса. Коллективный характер принятия решения о покупке ППТН. Вертикальный и горизонтальный характер спроса. Эффект акселерации. Продолжительность занятия – 9 часов / 2,5 часа (входит опрос по контрольной точке – 2 ).

### Практическое занятие № 9

**Вид практического занятия:** Практическая работа, контрольная точка 3. Формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий

**Раздел:** Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели B2B

**Тема и содержание занятия:** Тема 6. Поведение деловых покупателей

**Практическое занятие, предусматривающее** выполнение практической работы, контроль в форме устного опроса

**Цель занятия:** Ознакомиться с современной цифровой технологией в производственном контуре

**Практические навыки:** использования концепции современной цифровой технологией в производственном контуре

**Вопросы, выносимые на обсуждение:**

Виды деловых покупателей: промышленные компании, оптовые компании, институциональные покупатели, частные предприниматели. Сегментация промышленных покупателей. Макро и микросегментация. Мотивы промышленных покупателей. Классификация моделей поведения промышленных покупателей. Модель «Сетка процесса покупки». Модель «покупательский центр».

Продолжительность занятия – 9 часов / 2,5 часа (входит опрос по контрольной точке – 3).

### Практическое занятие № 10

**Вид практического занятия:** Практическая работа, контрольная точка 4. Формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий

**Раздел:** Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели B2B

**Тема и содержание занятия:** Тема 7. Управление взаимоотношениями с деловыми (промышленными) покупателями.

**Практическое занятие, предусматривающее** выполнение практической работы, контроль в форме устного опроса


**Цель занятия:** Ознакомиться с современной технологией управления взаимоотношениями с деловыми (промышленными) покупателями

**Практические навыки:** использования концепции современной технологией управления взаимоотношениями с деловыми (промышленными) покупателями

**Вопросы, выносимые на обсуждение:**

Сущность маркетинга взаимоотношений с промышленными покупателями. Роль транзакционных издержек в управлении взаимоотношениями с промышленными покупателями. Сущность взаимоотношений: техническая и социальная стороны взаимоотношений. Дистанции между партнерами. Виды инвестиций в отношения. Жизненный цикл отношений с покупателем.

Концепция управления портфелем покупателей: предпосылки, сущность, основные понятия. Структура портфеля покупателей. Критерии выделения ключевых покупателей.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 91</i>

Процесс управления портфелем покупателей. Методы анализа портфеля покупателей: метод концентрации продаж, метод анализа динамики структуры портфеля покупателей, анализ выгоды покупателя, модель Кампбэла и Канингхэма, Продолжительность занятия – 9 часов / 2,5 часа (входит опрос по контрольной точке – 3).

### Практическое занятие № 11

**Вид практического занятия:** Практическая работа, контрольная точка 4. Формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий

**Раздел:** Цифровая трансформация бизнеса: цифровизация модели B2B

**Тема и содержание занятия:** Тема 7. Управление взаимоотношениями с деловыми (промышленными) покупателями.

**Практическое занятие, предусматривающее** выполнение практической работы, контроль в форме устного опроса

**Цель занятия:** Ознакомиться с современными инструментами сбора и обработки бизнес-информации

**Практические навыки:** использования современных онлайн-технологий для сбора и обработки бизнес-контента

**Вопросы, выносимые на обсуждение:**

1. Изучите материалы сайта «» (Проект «Атлас Экономической Сложности» Гарвардского университета - The Atlas of Economic Complexity) (<https://oec.world>):

- Выберите одну страну (Countries Profiles), изучите ее показатели импорта и экспорта, партнеров и экономическое состояние.
- Сделайте вывод о целесообразности ведения бизнеса в этой стране, в случае целесообразности укажите сферы экономики, в которых бизнес будет возможным.
- Выделите наиболее востребованные, на Ваш взгляд, направления ведения бизнеса в данной стране.

Продолжительность занятия – 9 часов / 2,5 часа (входит опрос по контрольной точке – 3).

### Практическое занятие № 12

**Вид практического занятия:** Практическая работа, контрольная точка 1. Формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий

**Раздел:** Инновационное моделирование цифрового предприятия

**Тема и содержание занятия:** Тема 1. Инновационное преобразование бизнес-моделей. .

**Практическое занятие, предусматривающее** выполнение практической работы, контроль в форме устного опроса.

**Цель занятия:** Ознакомиться с ролью инновационного бизнес-моделирования в условиях непрерывных перемен

**Практические навыки:** использование концепции создания инновационной бизнес-модели

**Вопросы, выносимые на обсуждение:**

Индивидуальное задание «Описание бизнес-модели цифрового предприятия» предусматривает демонстрацию студентом освоенного умения применять современные инструменты и методы управления цифровым бизнесом. Студент самостоятельно выбирает 5 российских цифровых предприятий, согласует с преподавателем дисциплины.

Что вы предлагаете клиентам?



Обязательные разделы индивидуального задания:

1. Подобрать 5 российских цифровых предприятий.
  2. Используя «волшебный треугольник» О. Гассмана, описать предприятия, данные занести в таблицу.
  3. Четко сформулировать потребительскую ценность и механизмы извлечения прибыли.
  4. Обозначить возможные перспективы развития цифрового предприятия на ближайшие 5 лет с учетом развития рынков.
  5. Разработать обновленную концепцию (по возможности) цифрового предприятия с учетом инновационных бизнес-моделей.
- Продолжительность занятия – 13,5 часов / 2,5 часа (входит опрос по контрольной точке – 1).


### Практическое занятие № 13

**Вид практического занятия:** Практическая работа, контрольная точка 2. Формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий

**Раздел:** Инновационное моделирование цифрового предприятия

**Тема и содержание занятия:** Тема 2. Концепция проектирования бизнес-моделей. Характерные особенности инновационных бизнес-моделей. Управление переменными, метод SMART

**Практическое занятие, предусматривающее** выполнение практической работы, контроль в форме устного опроса

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 93</i>

**Цель занятия:** Ознакомиться с методикой постановки целей SMART.

**Практические навыки:** использования концепции современной стратегии управления изменениями

**Вопросы, выносимые на обсуждение:**

1. Критерии SMART при постановке целей
2. Чем формулировка целей по SMART отличается от GROW
3. Как применять критерии методики SMART на практике
4. Преимущества целей по SMART
5. Частые ошибки при постановке целей по SMART
6. Примеры постановки задач по системе SMART

Продолжительность занятия – 13,5 часов / 2,5 часа (входит опрос по контрольной точке – 2 ).

#### **Практическое занятие № 14**

**Вид практического занятия:** Практическая работа, предусматривающего выполнение индивидуального задания. Формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий

**Раздел:** Инновационное моделирование цифрового предприятия

**Тема и содержание занятия:** Тема 3. 50 инновационных шаблонов бизнес-моделей по О. Гассману.

**Практическое занятие, предусматривающее** выполнение практической работы, контроль в форме устного опроса

**Цель занятия:** Ознакомиться с шаблонами бизнес—моделей О. Гассмана

**Практические навыки:** использование шаблонов бизнес-моделей для описания проекта/продукта

**Содержание индивидуального задания:**

Подберите 20 актуальных моделей для таких предприятий как Яндекс, Сбер, МТС, 1С, Ozon, Wildberries, «ВКонтакте».

Объясните невозможность применения других шаблонов для перечисленных компаний.

Продолжительность занятия – 13,5 часов / 2,5 часа

#### **Практическое занятие № 15**

**Вид практического занятия:** Дискуссии по актуальным темам и разбор практических кейсов, контроль в форме устного опроса.

**Раздел:** Инновационное моделирование цифрового предприятия

**Тема и содержание занятия:** Тема 4. Agile-методы для цифрового предприятия.

**Практическое занятие, предусматривающее** Обсуждение рефератов, подготовленных студентами. Выступления приглашенных экспертов-практиков. Проведение круглых столов. Разбор кейсов.


**Цель занятия:** Ознакомиться с перспективами применения гибких технологий управления цифровым предприятием

**Практические навыки:** использование методологии Agile

**Вопросы, выносимые на обсуждение:**

Суть методологии Agile.

Отличительные свойства классического и гибкого управления цифровым предприятием.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 94</i>

Философия и ценности гибкого управления цифровым предприятием.  
 Примеры использования гибкого управления цифровыми предприятиями  
 Продолжительность занятия – 13,5 часов / 2,5 часа

### Практическое занятие № 16

**Вид практического занятия:** Деловая игра

**Раздел:** Инновационное моделирование цифрового предприятия

**Тема и содержание занятия:** Тема 5. Agile-команда

Жизненный цикл команды. Стили лидерства в зависимости от стадии развития команды.  
 Дисфункции в Agile-команде. Teaming в Agile. Стратегии решения конфликтов. Модель эскалации конфликтов

**Практическое занятие, предусматривающее работу в команде в форме деловой игры**  
 «Большая перемена»

**Цель занятия:** Ознакомиться с современной стратегией управления изменениями

**Практические навыки:** использования методологии Agile, работа в команде

**Результаты игры:**

Agile-игра поможет:

1. Развить Agile-мышления и готовность к изменениям
2. Развить собственную «антихрупкость», то есть способность совершенствоваться в случайной, хаотичной, стрессовой среде
3. Понять принципы и правила работы в изменяющейся среде, а именно:
  - взаимодействие в команде важнее процессов и инструментов,
  - результат важнее документации и формальных правил
  - диалог с заказчиком (внутренним клиентом) важнее согласования условий контракта,
  - гибкость важнее следования первоначальному плану
4. Научиться управлять собой и командной работой в меняющихся условиях
5. Преодолеть личное сопротивление изменениям
6. Понять, как использовать ресурсы команды при работе с изменениями

Продолжительность занятия – 13,5 часов / 3 часа

### Практическое занятие № 17

**Вид практического занятия:** Практическая работа, предусматривающая работу в гибридном формате. Формализованное наблюдение и оценка результатов выполнения практических заданий

**Раздел:** Инновационное моделирование цифрового предприятия

**Тема и содержание занятия:** Тема 6. Теория Scrum.

Ценности, роли Scrum.


События Scrum: спринт, планирование спринта, ежедневный Scrum, обзор спринта, ретроспектива спринта.

**Практическое занятие, предусматривающее выполнение практической работы,**  
 контроль в форме устного опроса

**Цель занятия:** Ознакомиться с теорией Scrum

**Практические навыки:** использование Scrum при управлении цифровым предприятием

**Вопросы, выносимые на обсуждение:**

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b>	СМК РГУТИС
	<b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	Лист 95

1. Работа с бэклогом продукта
2. Степень детализации бэклога
3. Выявление и описание элементов
4. Структурирование бэклога

Продолжительность занятия – 13,5 часов / 3 часа

### Практическое занятие № 18

**Вид практического занятия:** Практическая работа, прохождение он-лайн теста, контрольная точка 3, предусматривающая обсуждение результатов теста и устный опрос

**Раздел:** Инновационное моделирование цифрового предприятия

**Тема и содержание занятия:** Тема 7. Бэклог в Scrum

Бэклог продукта: цель продукта, карта путешествий клиента и карта пользовательских историй

Критерии хорошей пользовательской истории: виды пользовательских историй

Критерии хорошей пользовательской истории: I.N.V.E.S.T.

Оценка пользовательских историй для заинтересованных лиц

**Практическое занятие, предусматривающее** выполнение он-лайн теста по методологии SCRUM

**Цель занятия:** Пройти он-лайн тест для ознакомления с методологией

**Практические навыки:** использование гибких методик управления цифровым предприятием

Ссылка для прохождения теста:

Индивидуальное прохождение теста Scrum open assessment <https://www.scrum.org/open-assessments/scrum-open>.

Продолжительность занятия – 13,5 часов / 3 часа (с учетом опроса по контрольной точке 3).

### Практическое занятие № 19

**Вид практического занятия:** Дискуссии по актуальным темам и разбор практических кейсов, контрольная точка 4, контроль в форме устного опроса.

**Раздел:** Инновационное моделирование цифрового предприятия

**Тема и содержание занятия:** Тема 8. Lean Startup

История и суть Lean Startup. Этап Реализация (Build), Измерение (Measure), Обучение (Learn)

Виды Минимально жизнеспособных продуктов (MVP). Виды разворотов, пример MVP


**Практическое занятие, предусматривающее** Обсуждение рефератов, подготовленных студентами. Выступления приглашенных экспертов-практиков. Проведение круглых столов. Разбор кейсов.

**Цель занятия:** Ознакомиться с концепцией бережливого управления

**Практические навыки:** использования концепции бережливого управления

**Вопросы, выносимые на обсуждение:**

1. Бережливое производство как средство повышения эффективности деятельности производства.
2. Построение системы бережливого производства.
3. Бережливое производство России.
4. Проблемы внедрения бережливого производства на предприятиях.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 96</i>

- 5.Использование визуализации при внедрении бережливого производства.
  - 6.Инструменты бережливого производства.
  - 7.Основные понятия в процессе внедрения концепции бережливого производства.
  - 8.Причины сопротивления изменениям при внедрении бережливого производства на предприятии.
  - 9.Интегрированная концепция «бережливое производство» плюс «шесть сигма».
  - 10.Бережливое управление бережливым производством.
  - 11.Бережливое обучение.
  - 12.Бережливый офис.
- Продолжительность занятия – 13,5 часов / 3 часа

### Практическое занятие № 20

**Вид практического занятия:** деловая настольная игра «Стартап»

**Раздел:** Инновационное моделирование цифрового предприятия

**Тема и содержание занятия:** Тема 9. Тестирование бизнес-идей

Введение в тестирование. Работа с гипотезами. Работа с экспериментами. Каталог экспериментов и метрики успешности. Работа с доказательствами и инсайтами. Принятие решений. Управление процессом тестирования

**Практическое занятие,** предусматривающее проведение настольной бизнес-игры «Стартап»

**Цель занятия:** Ознакомиться с методикой работы с гипотезами и инсайтами

**Практические навыки:** ознакомление с прикладными и эффективными инструментами по созданию идей жизнеспособного бизнеса.

**Порядок проведения игры:**

Суть игры в том, чтобы придумать решение конкретной бизнес-задачи или создать идею для собственного дела с нуля. Игра представляет собой бизнес-тренажер, где можно ошибаться и рисковать сколько угодно до получения нужного результата, а потом перенести рабочую модель в реальную жизнь.

Игра проходит в несколько этапов.

1. Выбор сферы бизнеса.
2. Отбор жизнеспособной бизнес-идеи, ее проработка: продукция, целевая аудитория, стратегии продвижения, масштабирование.
3. Составление плана действий.

Продолжительность занятия – 13,5 часов / 3 часа


### Практическое занятие № 21

**Вид практического занятия:** Практическая работа, контрольная точка 4, предусматривающая обсуждение результатов теста и устный опрос

**Раздел:** Инновационное моделирование цифрового предприятия

**Тема и содержание занятия:** Тема 10. Гибридное проектное управление

**Практическое занятие,** предусматривающее устный опрос по заранее обозначенным вопросам

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 97</i>

**Цель занятия:** Ознакомиться с перспективами применения гибридных технологий управления цифровым предприятием

**Практические навыки:** использование гибридных методик управления цифровым предприятием

**Вопросы, выносимые на обсуждение:**

1. Модель SYNEFIN и различные подходы к проектам
2. Варианты гибридизации через неопределенные элементы и через уровни управления.
3. Варианты гибридизации через факторы сложности и по этапам.
4. Гибридизация через выбор актуальных инструментов.

Продолжительность занятия – 13,5 часов / 3 часа (с учетом опроса по контрольной точке 4).

**8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, необходимых для освоения дисциплины**

### 8.1 Основная литература


1. Управление цифровой трансформацией бизнеса: концепции, кейсы, методы и инструменты : монография / С.А. Титов, Н.В. Линдер, А.В. Трачук [и др.]. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 223 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/2048103. - ISBN 978-5-16-018697-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2172569>
2. Васильева, Е. В., Маркетинг и управление продуктом на цифровых рынках: генерация и проверка идей через CustDev, дизайн-мышление и расчеты юнит-экономики : учебник / Е. В. Васильева, М. Р. Зобнина. — Москва : КноРус, 2026. — 723 с. — ISBN 978-5-406-15593-6. — URL: <https://book.ru/book/960453>. — Текст : электронный.
3. Моделирование бизнес-процессов: управленческие аспекты : монография / М. С. Санталова, А. В. Борщева, И. Л. Гладилина, И. В. Соклакова [и др.] ; под науч. ред. М. С. Санталовой. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 222 с. - ISBN 978-5-394-05802-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2133546>

### 8.2 Дополнительная литература

1. Гасман, О. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: Учебное пособие / Гасман О., Франкенбергер К., Шик М. - Москва : Альпина Пабл., 2016. - 432 с.: ISBN 978-5-9614-5665-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?pid=912217>
2. Мейер, Б. Анализ и оценка методов разработки программного обеспечения (Agile) : краткий учебный курс / Б. Мейер. - Москва : ИНТУИТ, 2016. - 190 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2137462>

### 8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронно-библиотечная система «Znanium.ru»: <http://znanium.ru/>
3. Служба тематических толковых словарей «Глоссарий.ру»: <http://www.glossary.ru/>
4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: <https://cyberleninka.ru/>
5. База данных сервисных центров «Сервисбокс» [профессиональная база данных]: <https://www.servicebox.ru/>
7. Справочная правовая система КонсультантПлюс
8. Интернет-версия системы Гарант (информационно-правовой портал "Гарант.ру)

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 98</i>

9. РосБизнесКонсалтинг [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru) .

10. Журнал «Эксперт» [www.expert.ru](http://www.expert.ru) .

11. Информационные ресурсы сайта Федеральной службы государственной статистики [www.rosstat.gov.ru](http://www.rosstat.gov.ru) ;

12. Канал RBC - Что такое индустрия 4.0 и что нужно о ней знать

<https://trends.rbc.ru/trends/industry/5e740c5b9a79470c22dd13e7>

13. Оценка цифровой зрелости по Forrester Research

<https://dialog.guide/otsienka-tsifrovoi-zrielosti-po-forrester-research/#gsc.tab=0>

14. Портал TADVISER - Четвертая промышленная революция (Industry Индустрия 4.0)

<https://www.tadviser.ru/index.php>

[\(accessed: 05.01.2023\)](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A7%D0%B5%D1%82%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D1%8E%D1%86%D0%B8%D1%8F_(Industry_%D0%98%D0%BD%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%8F_4.0))

15. Деловой портал проекта DialogGuide

<https://dialog.guide/about-project/#gsc.tab=0> (accessed: 05.01.2023)

#### 8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных системам

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office

#### 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины «Модели и концепции цифрового предприятия» предусматривает аудиторную (работа на лекциях и практических занятиях) и внеаудиторную (самоподготовка к лекциям и практическим занятиям) работу обучающегося.


В качестве основной методики обучения была выбрана методика, включающая - совокупность приёмов, с помощью которых происходит целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, умениями и навыками.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине «Модели и концепции цифрового предприятия» в предлагаемой методике обучения выступают лекционные и практические занятия (с использованием интерактивных технологий обучения), а так же самостоятельная работа обучающихся.

##### Лекции

**Лекция с мультимедийными презентациями и применением видеоматериалов**, которая предполагает научное выступление лектора с обоснованием процессов и явлений, предусмотренных областью лекционного материала.

Теоретические занятия(лекции) организуются по потокам. На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 99</i>

для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзаменам, а также самостоятельной научной деятельности.

Изложение лекционного материала проводится в мультимедийной форме (презентаций). Смысловая нагрузка лекции смещается в сторону от изложения теоретического материала к формированию мотивации самостоятельного обучения через постановку проблем обучения и показ путей решения профессиональных проблем в рамках той или иной темы. При этом основным методом ведения лекции является метод проблемного изложения материала.

### **Практические занятия**

Практические занятия по дисциплине «Модели и концепции цифрового предприятия» проводятся с целью приобретения практических навыков в области разработки разделов компьютерное проектирование сферы сервиса.

Занятия проводятся в форме: интерактивного практического занятия с использованием компьютерной техники. Практическая работа заключается в выполнении студентами, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий направленных на приобретение практических навыков разработки разделов дисциплины «Модели и концепции цифрового предприятия». Выполнения практической работы студенты производят в интерактивном виде, в виде презентаций результата преподавателя. Отчет предоставляется преподавателю, ведущему данный предмет, в электронном и печатном виде.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.

### **Тестирование.**

Тест – это система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

### **Научный доклад с презентацией.**

К интерактивным методам относятся презентации с использованием различных вспомогательных средств: доски, электронной книги, видеослайдов, постеров, компьютеров и т.п., с последующим обсуждением материалов.

Цель: организация процесса изучения теоретического содержания в интерактивном режиме

Задачи:

- совершенствование способов поиска, обработки и предоставления новой информации;
- развитие коммуникативных навыков;
- актуализация и визуализация изучаемого содержания на лекции.

Инструкция для студента

Докладчики и содокладчики во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. Сложность в том, что докладчики и содокладчики должны знать и уметь очень многое:

- сообщать новую информацию
- использовать технические средства
- знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара)
- уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы
- четко выполнять установленный регламент: докладчик - 10 мин.; содокладчик - 5 мин.; дискуссия - 10 мин

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 100</i>

иметь представление о композиционной структуре доклада.

Необходимо помнить, что выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение.

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике.

Вступление должно содержать:

- название презентации (доклада)
- сообщение основной идеи
- современную оценку предмета изложения
- краткое перечисление рассматриваемых вопросов
- живую интересную форму изложения
- акцентирование оригинальности подхода

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудио-визуальных и визуальных материалов.

Заключение - это ясное четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Компьютерное моделирование и проектирование» обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе лекционных и практических занятий;
- формирование навыков работы с периодической, научно литературой;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

Перечень тем самостоятельной работы студентов по подготовке к лекционным и практическим занятиям соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.


Самостоятельная работа студента предусматривает следующие виды работ:

- подготовка презентаций по определенным вопросам;
- изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике.

### **Формы самостоятельной работы**

**Индивидуальный проект** - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технология), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий учащихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи — решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта.

Этот метод позволяет мысленно выйти за пределы аудитории и составить проект своих действий по обсуждаемому вопросу. Самое главное, что группа или отдельный участник имеет возможность защитить свой проект, доказать преимущество его перед другими и узнать мнение студентов. Участники могут обратиться за консультацией,

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b>	<b>СМК РГУТИС</b>
	<b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<i>Лист 101</i>

дополнительной литературой в Интернет, электронную библиотечную систему, читальный зал библиотеки и т.д.

Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении студентам возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей. Если говорить о методе проектов как о педагогической технологии, то эта технология предполагает совокупность исследовательских, поисковых, проблемных методов, творческих по своей сути. Преподавателю в рамках проекта отводится роль разработчика, координатора, эксперта, консультанта.

**Цель:** продемонстрировать сходство или различия определенных явлений, выработать стратегию или разработать план, выяснить отношение различных групп участников к одному и тому же вопросу.


**Задачи:**

1. Развитие навыков общения и взаимодействия в группе.
2. Формирование ценностно-ориентационного единства группы.
3. Поощрение к гибкой смене социальных ролей в зависимости от ситуации.

Как видно из сказанного, задачи перед участниками проекта достаточно высоки, хотя их можно дополнить и некоторыми «правилами хорошего тона», без чего групповая работа просто невозможна. К ним, думается, следует отнести прежде всего: - доброжелательность при всех обстоятельствах; обязательность в выполнении всех заданий в оговоренные сроки; взаимопомощь в работе; - тщательность и добросовестность в выполнении работы, особенно, если она носит характер исследования; - полнейшее равноправие и свобода в выражении мыслей, идей. Результаты выполненных проектов должны быть материальны, т.е. как-либо оформлены: - видеofilm; электронная презентация;

**Структура мини-проекта**

1. Титульный лист:
  - Тема проекта
  - Цель проекта
  - Состав проектной группы, автор проекта
2. Актуальность проекта:
  - Стратегические цели
  - Тактические цели
  - Задачи
3. Этапы:
  - Информационный
  - Планирование работы по теме проекта
  - Реализация и управление
  - Обобщающий (аналитический)
  - Аналитический (выводы)
4. Риски и пути их устранения
5. Результаты и продукты
6. Форма представления проекта
7. Глоссарий (ключевые понятия)
8. Список литературы

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ <b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ          ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> <b>Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный          университет туризма и сервиса» в г.Подольске</b>	<b>СМК РГУТИС</b> <hr/> <i>Лист 102</i>

**10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):**

Учебные занятия по дисциплине «Модели и концепции цифрового предприятия» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекционное оборудование/переносное видеопроекционное оборудование доска
Занятия семинарского типа	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекционное оборудование/переносное видеопроекционное оборудование доска
Самостоятельная работа обучающихся	помещение для самостоятельной работы, специализированная учебная мебель, ТСО: видеопроекционное оборудование, автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет", доска; Помещение для самостоятельной работы в читальном зале Научно-технической библиотеки университета, специализированная учебная мебель автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», интерактивная доска