

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Петровская Анна Викторовна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 12.11.2024 09:48:59  
Уникальный программный ключ:  
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

Приложение 3  
к основной профессиональной образовательной программе по  
направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и  
организация общественного питания  
направленность (профиль) программы Технология и  
организация ресторанного бизнеса

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

**Краснодарский филиал РЭУ им Г.В. Плеханова**

**Факультет экономики, менеджмента и торгового дела**

**Кафедра бухгалтерского учета и анализа**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.21 Управление электронным бизнесом в индустрии питания**

**Направление подготовки**

**19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания**

**Направленность (профиль) программы**

**Технология и организация ресторанного бизнеса**

**Уровень высшего образования *Бакалавриат***

Год начала подготовки 2022

Краснодар – 2021 г.

Составитель:

к.п.н., доцент кафедры бухгалтерского  
учета и анализа

В.В. Салий

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры бухгалтерского учета и  
анализа

Протокол №1 от 30.08.2021 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ .....</b>	<b>4</b>
Цель и задачи освоения дисциплины .....	4
Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
Объем дисциплины и виды учебной работы .....	4
Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.....	5
<b>II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>7</b>
<b>III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>16</b>
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА .....	16
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ .....	17
ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ.....	17
ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ.....	17
ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17
ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....	17
МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	18
<b>IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>18</b>
<b>V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ .....</b>	<b>18</b>
<b>VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....</b>	<b>19</b>
<b>АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</b>	<b>31</b>

# I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

## Цель и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины** заключается в изучении основных достижений в области телекоммуникаций, сетевых структур, информационных систем, которые дают возможность существенно повысить эффективность развития экономического субъекта, осуществляющего свою деятельность в индустрии питания и создать принципиально новые направления его развития.

### Задачи дисциплины:

- изучить теоретические и практические знания по различным видам современной предпринимательской деятельности с использованием Интернет и мобильных устройств в сфере электронного бизнеса;
- изучить основные сетевые средства ведения электронного бизнеса и особенности их применения в индустрии питания;
- изучить основы управления web-сервером и создание web-сайтов в глобальной сети Интернет для расширения деятельности организаций индустрии питания;
- осуществлять проведение встреч, переговоров и презентаций продукции и услуг предприятия питания потребителям, партнерам и заинтересованным сторонам с применением средств электронного бизнеса.

## Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление электронным бизнесом в индустрии питания», относится к обязательной части учебного плана.

## Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Показатели объема дисциплины *	Всего часов по формам обучения	
	очная	заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	<b>2 ЗЕТ</b>	
Объем дисциплины в акад. часах	<b>72</b>	
Промежуточная аттестация: форма	зачет	зачет
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт.часы), всего:</b>	<b>30</b>	<b>10</b>
1. Аудиторная работа (Ауд.), акад. часов всего, в том числе:	28	8
• лекции	12	4
• практические занятия	16	4
• лабораторные занятия	-	-

в том числе практическая подготовка	-	-
2. Индивидуальные консультации (ИК)	-	-
3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	2	2
4. Консультация перед экзаменом (КЭ)	-	-
5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)	-	-
<b>Самостоятельная работа (СР), всего:</b>	<b>42</b>	<b>62</b>
в том числе:	-	-
• самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)	-	2
• самостоятельная работа в семестре(СРс)	42	60
в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу		
• изучение ЭОР	-	-
• изучение онлайн-курса или его части	-	-
• выполнение индивидуального или группового проекта	-	-
• и другие виды	42	60

## Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

<b>Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)</b>	<b>Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)</b>	<b>Результаты обучения (знания, умения)</b>
ПК-5. Способен осуществлять взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами	ПК-5.1. Осуществляет проведение встреч, переговоров и презентаций продукции и услуг предприятия питания потребителям, партнерам и заинтересованным сторонам	ПК-5.1. 3-1. <b>Знает</b> основы межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии, социально-культурных норм бизнес-коммуникаций на предприятиях питания
		ПК-5.1. У-1. <b>Умеет</b> осуществлять проведение деловых встреч с соблюдением протокола и этикета с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников в индустрии общественного питания
		ПК-5.1. 3-2. <b>Знает</b> методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами с целью выполнения маркетинговых задач

		ПК-5.1. У-2. <b>Умеет</b> организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнерами и заинтересованными сторонами с целью выполнения маркетинговых задач
--	--	--

## II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для студентов очной формы обучения

Таблица 3

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость*, академические часы					Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/ разделу или по всему курсу в целом)
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/ КЭ, Каттэк, Катт					
Семестр <u>7</u>											
<i>Раздел 1. Раздел 1. Основные понятия электронного бизнеса</i>											

1.	<p><b>Тема 1. Интернет-экономика как инфраструктура современного информационного общества</b></p> <p>Цели, задачи, предмет и метод дисциплины. Междисциплинарные связи дисциплины «Управление электронным бизнесом», ее роль и место в естественнонаучном цикле дисциплин по решению профессиональных задач организации общественного питания. Основные понятия сетевой экономики. Возникновение сетевой экономики. Последствия создания сетевого экономического пространства в деятельности предприятий ресторанного дела. Факторы влияния глобальных сетей на социально-экономическую активность предприятий ресторанного дела. Применение Интернет технологий во внутреннем информационном пространстве ресторанного дела и организации общественного питания. Разделение сетей по уровню интеграции. Принципы функционирования и развития сетевой экономики в деятельности ресторанного дела. Факторы влияния глобальных сетей на социально-экономическую активность организации ресторанного дела. Электронный бизнес и его основные компоненты в продвижении товаров и услуг в индустрии питания.</p>	2	4			10/-	16	ПК-5.1.	ПК-5.1. 3-1. ПК-5.1. У-1 ПК-5.1. 3-2. ПК-5.1. У-2.	О.		-
----	---	---	---	--	--	------	----	---------	---	----	--	---



2.	<p><b>Тема 2. Виды и модели электронного бизнеса</b></p> <p>Интернет – магазины, как разновидность продвижения товаров и услуг ресторанного дела. Преимущества. Недостатки. Требования, предъявляемые покупателями к организации Интернет – магазинов индустрии питания. Схема взаимодействия покупателя с виртуальным магазином. Виды торговых систем Интернет – магазинов. Обслуживание покупателей. Программное обеспечение Интернет – магазинов. Способы оплаты товаров в онлайн. Способы доставки товара через онлайн сети индустрии питания. Интернет аукционы. Типы аукционов. Схема работы аукциона. Товары, продаваемые на аукционах. Торговые площадки. Выгоды и риски участников онлайн-рынка ресторанного дела. Бизнес – модели торговых площадок ресторанов. Структура торговой площадки ресторана</p>	4	4			II/-	19	ПК-5.1.	ПК-5.1. 3-1. ПК-5.1. У-1 ПК-5.1. 3-2. ПК-5.1. У-2.	О.	К.	Д.
<b><i>Раздел 2. Продвижение товаров и услуг индустрии питания в сети Интернет</i></b>												

3.	<p><b>Тема 3. Электронный маркетинг и электронная реклама и их роль для предприятий индустрии питания</b>  Интернет технологии в индустрии питания. Классификация продукции в электронном бизнесе. Информация в электронном бизнесе. Определение объемов информации. Характеристики информации ресторанного дела. Информационные правоотношения в электронном бизнесе на рынке ресторанного дела Классификация информационных ресурсов ресторанов для представления их в Интернет. Рынок информационных услуг индустрии питания . Сектора информационного рынка. Сектора Российского информационного рынка. Рынок интерактивных информационных услуг применяемых для продвижения индустрии питания. Информационные посредники и конечные пользователи. Современные информационные технологии и программные средства для создания веб-сайтов . Базовые технологии Интернет. Услуги, предоставляемые сетью Интернет в рамках электронного бизнеса. Новые виды информационных технологий</p>	2	4			10/-	16	ПК-5.1.	ПК-5.1. 3-1. ПК-5.1. У-1 ПК-5.1. 3-2. ПК-5.1. У-2.	Гр.д.	К.	Ан.О.
4.	<p><b>Тема 4. Информационная инфраструктура электронного бизнеса в индустрии питания</b>  Категории электронного бизнеса и его особенности в индустрии питания. Сфера применения электронной коммерции в организации и продвижении товаров и услуг в общественном питании. Новые элементы в современном бизнесе. Цифровая подпись в организации индустрии питания. Протоколы и стандарты безопасности виртуальных платежей. Схема взаимодействия участников платежей по стандарту SET.Классификация платежных систем. Кредитные системы. Схема проведения платежей при помощи кредитных карт. Дебетовые системы. Электронные деньги. Общая схема платежа с помощью электронных денег.</p>	4	4			11/-	19	ПК-5.1.	ПК-5.1. 3-1. ПК-5.1. У-1 ПК-5.1. 3-2. ПК-5.1. У-2.	О.	К.р.	

	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)</i>	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	<b>Итого</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	-	-	<b>42/2</b>	<b>72</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>

**Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для студентов заочной формы обучения**

Таблица 4

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы					Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/разделу или по всему курсу в целом)
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	Самостоятельная работа/ КЭ, Каттэк, Катт					
		Семестр <u>7</u>									
	<b>Раздел 1. Основные понятия электронного бизнеса</b>										

1.	<p><b>Тема 1. Интернет-экономика как инфраструктура современного информационного общества</b></p> <p>Цели, задачи, предмет и метод дисциплины. Межпредметные связи дисциплины «Управление электронным бизнесом», ее роль и место в естественнонаучном цикле дисциплин по решению профессиональных задач организации общественного питания. Основные понятия сетевой экономики. Возникновение сетевой экономики. Последствия создания сетевого экономического пространства в деятельности предприятий ресторанного дела. Факторы влияния глобальных сетей на социально-экономическую активность предприятий ресторанного дела. Применение Интернет технологий во внутреннем информационном пространстве ресторанного дела и организации общественного питания. Разделение сетей по уровню интеграции. Принципы функционирования и развития сетевой экономики в деятельности ресторанного дела. Факторы влияния глобальных сетей на социально-экономическую активность организации ресторанного дела. Электронный бизнес и его основные компоненты в продвижении товаров и услуг в индустрии питания.</p>	I	1			15/-	17	ПК-5.1.	ПК-5.1. 3-1. ПК-5.1. У-1 ПК-5.1. 3-2. ПК-5.1. У-2.	О.		-
----	---	---	---	--	--	------	----	---------	---	----	--	---

2.	<p><b>Тема 2. Виды и модели электронного бизнеса</b></p> <p>Интернет – магазины, как разновидность продвижения товаров и услуг ресторанного дела. Преимущества. Недостатки. Требования, предъявляемые покупателями к организации Интернет – магазинов индустрии питания. Схема взаимодействия покупателя с виртуальным магазином. Виды торговых систем Интернет – магазинов. Обслуживание покупателей. Программное обеспечение Интернет – магазинов. Способы оплаты товаров в онлайн. Способы доставки товара через онлайн сети индустрии питания. Интернет аукционы. Типы аукционов. Схема работы аукциона. Товары, продаваемые на аукционах. Торговые площадки. Выгоды и риски участников онлайн-рынка ресторанного дела. Бизнес – модели торговых площадок ресторанов. Структура торговой площадки ресторана</p>	I	1			15/-	17	ПК-5.1.	ПК-5.1. 3-1. ПК-5.1. У-1 ПК-5.1. 3-2. ПК-5.1. У-2.	О.	К.	Д.
<b><i>Раздел 2. Продвижение товаров и услуг индустрии питания в сети Интернет</i></b>												

3.	<p><b>Тема 3. Электронный маркетинг и электронная реклама и их роль для предприятий индустрии питания</b>  Интернет технологии в индустрии питания. Классификация продукции в электронном бизнесе. Информация в электронном бизнесе. Определение объемов информации. Характеристики информации ресторанного дела. Информационные правоотношения в электронном бизнесе на рынке ресторанного дела. Классификация информационных ресурсов ресторанов для представления их в Интернет. Рынок информационных услуг индустрии питания. Сектора информационного рынка. Сектора Российского информационного рынка. Рынок интерактивных информационных услуг применяемых для продвижения индустрии питания. Информационные посредники и конечные пользователи. Современные информационные технологии и программные средства для создания веб-сайтов. Базовые технологии Интернет. Услуги, предоставляемые сетью Интернет в рамках электронного бизнеса. Новые виды информационных технологий</p>	1	1			15/-	17	ПК-5.1.	ПК-5.1. 3-1. ПК-5.1. У-1 ПК-5.1. 3-2. ПК-5.1. У-2.	Гр.д.	К.	Ан.О.
----	--	---	---	--	--	------	----	---------	---	-------	----	-------

4.	<p><b>Тема 4. Информационная инфраструктура электронного бизнеса в индустрии питания</b></p> <p>Категории электронного бизнеса и его особенности в индустрии питания. Сфера применения электронной коммерции в организации и продвижении товаров и услуг в общественном питании. Новые элементы в современном бизнесе. Цифровая подпись в организации индустрии питания. Протоколы и стандарты безопасности виртуальных платежей. Схема взаимодействия участников платежей по стандарту SET. Классификация платежных систем. Кредитные системы. Схема проведения платежей при помощи кредитных карт. Дебетовые системы. Электронные деньги. Общая схема платежа с помощью электронных денег.</p>	1	1			15/-	17	ПК-5.1.	ПК-5.1. 3-1. ПК-5.1. У-1 ПК-5.1. 3-2. ПК-5.1. У-2.	О.	К.р.	
	<i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)</i>	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	<i>Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)</i>	-	-	-	-	2/-	2	-	-	-	-	-
	<b>Итого</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	-	-	<b>62/2</b>	<b>72</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>

### III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

##### Основная литература

1. Лапидус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: монография / Л.В. Лапидус. – М.: ИНФРА-М, 2023. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=420199>.
2. Маркова, В. Д. Цифровая экономика: учебник / В.Д. Маркова. – М.: ИНФРА-М, 2024. - 186 с. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=432877>.
3. Старков, А. Н. Цифровая экономика: учебное пособие / А. Н. Старков, Е. В. Сторожева. – М.: Флинта, 2023. - 82 с. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=432903>.

##### Дополнительная литература:

1. Головенчик Г.Г. Цифровая экономика: учебное пособие / Г.Г. Головенчик. – Минск: Вышэйшая школа, 2022. – 312 с. – Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=439012>
2. Грибанов, Ю. И. Цифровая трансформация бизнеса : учебное пособие / Ю. И. Грибанов, М. Н. Руденко. - М.: Дашков и К, 2023. - 213 с. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=432256>.
3. Макашова, В. Н. Основы электронного бизнеса: практикум / В. Н. Макашова, А. Н. Старков. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2023. - 122 с. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=432893>.
4. Городнова, Н. В. Применение искусственного интеллекта в цифровой экономике : монография / Н. В. Городнова. – М.: Первое экономическое издательство, 2021. - 154 с. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=424774>.
5. Управление документами в цифровой экономике. Организация, регламентация, реализация / М. В. Ларин, Н. Г. Суровцева, Е. В. Терентьева; Под ред. Ларина М.В., - М.: РГГУ, 2022. - 247 с. - Режим доступа: <https://znanium.ru/read?id=428723>.

##### Нормативные правовые документы:

1. Федеральный закон от 31 июля 2020 г. № 258-ФЗ «Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации» [Электрон.ресурс]. – Режим доступа [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_358738/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358738/)
2. "Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы" [Электрон.ресурс]. – Режим доступа [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_216363](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363)



## ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»  
<http://www.consultant.ru/>
2. Информационно-правовая система «Гарант» <http://garant.ru>
3. Информационно-правовая система «Законодательство России»  
<http://pravo.gov.ru/ips/>

## ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

1. ЭБС «ИНФРА–М» <http://znanium.com>
2. Научная электронная библиотека elibrary.ru <https://elibrary.ru/>
3. Университетская библиотека online <http://biblioclub.ru/>
4. ЭБС «Grebennikon» <https://grebennikon.ru/>
5. Видеолекции НПП Краснодарского филиала  
<http://vrgteu.ru/course/view.php?id=6680>

## ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. <https://lib.muctr.ru/news/federalnyy-obrazovatelnyy-portal-quotekonomika-sociologiya-menedzhmentquot> - Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент
2. <https://mintrud.gov.ru/opendata> - База открытых данных Минтруда России
3. <https://www.fedsfm.ru/opendata> - База открытых данных Росфинмониторинга
4. <https://www.polpred.com> - Электронная база данных "Polpred.com Обзор СМИ"
5. <https://fstec.ru/> - Федеральная служба по техническому и экспортному контролю

## ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. <http://citforum.ru/> - «Сервер информационных технологий» - on-line библиотека информационных материалов по компьютерным технологиям.
2. <http://www.intuit.ru/> - Образовательный портал дистанционного обучения.
3. [www.coursera.org](http://www.coursera.org) - Платформа для бесплатных онлайн-лекций (проект по публикации образовательных материалов в интернете, в виде набора бесплатных онлайн-курсов).

## ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

*Лицензионное программное обеспечение:*

1. Операционная система Microsoft Windows 8.1; Microsoft Windows 10
2. Пакет офисных программ Microsoft Office Professional Plus 2010 Rus в составе: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point, Microsoft Access.
3. Антивирусная программа «Kaspersky Endpoint Security» для бизнеса

## **МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина «Управление электронным бизнесом в индустрии питания» обеспечена:

для проведения занятий лекционного типа:

- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций;

для проведения занятий семинарского типа (практические занятия);

- компьютерным классом;
- помещением для самостоятельной работы, оснащенным компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

## **IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

- Методические рекомендации по организации и выполнению внеаудиторной самостоятельной работы
- Методические указания по подготовке и оформлению рефератов
- Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов
- Положение об учебно-исследовательской работе студентов
- Методическое пособие по выполнению контрольной работы.
- Методическое пособие по выполнению практических работ с использованием инновационных технологий обучения и организации самостоятельных работ.

## **V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в процессе освоения дисциплины «Управление электронным бизнесом в индустрии питания» в федеральном государственном

бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 4

<b>Виды работ</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация ( <i>зачет</i> )	40
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний обучающихся «преподаватель кафедры, непосредственно ведущий занятия со студенческой группой, обязан проинформировать группу о распределении рейтинговых баллов по всем видам работ на первом занятии учебного модуля (семестра), количестве модулей по учебной дисциплине, сроках и формах контроля их освоения, форме промежуточной аттестации, снижении баллов за несвоевременное выполнение выданных заданий. Обучающиеся в течение учебного модуля (семестра) получают информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов через личный кабинет студента».

## **VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Оценочные материалы по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных материалов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

### ***Тематика курсовых работ/проектов***

«Курсовая работа/проект по дисциплине «Управление электронным бизнесом в индустрии питания» учебным планом не предусмотрена.

### ***Перечень вопросов к зачету:***

1. Возникновение сетевой экономики. Последствия создания сетевого экономического пространства
2. Понятие сетевой экономики. Разделение сетей по уровню интеграции.
3. Принципы функционирования и развития сетевой экономики
4. Потребности общества в услугах информационного характера.
5. Классификация продукции в Интернет экономике
6. Информация в Интернет экономике. Определение объемов информации.

- Характеристики информации
7. Информационные правоотношения в Интернет экономике. Классификация информационных ресурсов для ресторанного дела
  8. Рынок информационных услуг. Сектора информационного рынка
  9. Рынок интерактивных информационных услуг.
  10. Структура информационного рынка
  11. Информационные посредники и конечные пользователи.
  12. Новые виды информационных технологий
  13. Современные информационные технологии. Базовые технологии Интернет. Услуги, предоставляемые сетью Интернет
  14. Межсоединение. Уровни взаимодействия между компьютерами в Интернет. Межсетевой протокол IP.
  15. IP адреса, их классификация. Пример подключения локальной сети организации к Интернет
  16. Методика расчета стоимости межсоединений
  17. Виды цен на информационном рынке.
  18. Расчет цены информационного продукта
  19. Обобщенная схема товародвижения информационных продуктов и действующих видов цен
  20. Основные этапы ценообразования. Необходимые условия рыночного ценообразования
  21. Принципы установления цены на информационном рынке. Внешние факторы ценообразования
  22. Внутренние факторы ценообразования. Цели и методы ценообразования
  23. Стратегия ценообразования. Ценовая тактика и страхование цен
  24. Политика распределения. Канал сбыта. Эффективность. Преимущества и недостатки
  25. Категории электронной коммерции. Сфера применения электронной коммерции. Новые элементы в современном бизнесе
  26. Интернет - магазины. Преимущества. Недостатки. Требования, предъявляемые покупателями к организации Интернет - магазинов
  27. Схема взаимодействия покупателя с виртуальным магазином. Виды торговых систем Интернет - магазинов
  28. Характеристики программного обеспечения Интернет - магазинов. Способы оплаты товара. Способы доставки товара
  29. Аукцион. Типы аукционов. Схема работы аукциона. Товары, продаваемые на аукционах
  30. Виды торговых площадок. Выгоды и риски участников рынка.
  31. Бизнес - модели торговых площадок организаций общественного питания
  32. Структура торговой площадки. Компоненты, реализация которых важна для всех типов площадок
  33. Методы обеспечения безопасности. Шифрование.
  34. Цифровая подпись
  35. Протоколы и стандарты безопасности виртуальных платежей
  36. Классификация платежных систем. Кредитные системы. Схема проведения платежей при помощи кредитных карт.
  37. Дебетовые системы. Электронные чеки.
  38. Электронные деньги. Общая схема платежа с помощью электронных денег
  39. Интернет – банкинг. Преимущества и недостатки Интернет – банкинга

40. Интернет – трейдинг. Электронный брокер
41. Системы прямого доступа. Их преимущества и недостатки.
42. Интернет страхование и организация общественного питания в сети Интернет
43. Бизнес модели сайтов. Финансирование Интернет-сайтов для ресторанного дела
44. Этапы создания Web – сайта.
45. Исполнители проекта. Выбор поставщика услуг.
46. Выбор места размещения Web – сервера
47. Доменное имя. Процедура регистрации доменного имени.
48. Принципы первоначального привлечения посетителей на сайт
49. Принципы удержания посетителей Web – сайтов.
50. Организация обратной связи с аудиторией Web – сервера
51. Методы идентификации пользователей.
52. Методы получения и обработки статистических данных о поведении посетителей
53. Счетчики, устанавливаемые на Web - сайт
54. Оценка экономической эффективности работы сайта
55. Характер рекламной кампании фирмы в Интернете.
56. Преимущества рекламы в Интернете
57. Разновидности рекламы в Интернете. Баннерная реклама.
58. Поисковые системы и каталоги в Интернете. E-mail реклама.
59. Списки рассылки и дискуссионные листы. Эффективность рекламы в Интернете.
60. Электронные платежные системы. Эмитенты и эквайеры
61. Процессинговый центр
62. Платежная система. Кредитные и дебетовые платежные системы
63. Микропроцессорные и пластиковые карты
64. Виды пластиковых карт. Смарт-карты
65. Соотношение «стоимость/эффективность». POS-терминалы.
66. Эволюция платежных систем. Электронные наличные. Принципы построения платежных систем на микропроцессорных картах
67. Технологические основы и технические средства создания платежных систем. Организация оплаты с использованием кредитной карты.
68. Эффективность организации платежных систем на базе пластиковых карт
69. Платежные системы с предварительной авторизацией
70. Платежные системы для микроплатежей. Перспективы электронных платежных систем
71. Методы повышения потребительской ценности товаров и услуг в электронном бизнесе.
72. Динамика экономических показателей в сфере электронного бизнеса, ориентированного на бизнес-партнера

### ***Тестовые задания:***

1. Место, где заключаются сделки между продавцом и покупателем и осуществляется проведение финансово-торговых транзакций это
  - а. Интернет – магазин;
  - б. торговая площадка;
  - в. Интернет – аукцион;
  - г. информационный портал.
2. Протокол SSL обеспечивает

- а. беспроводную передачу данных;
  - б. работу прикладных программ;
  - в. проведение расчетов между финансовыми, коммерческими организациями;
  - г. шифрование передаваемых через Интернет данных .
3. При выдаче пластиковой карты клиенту осуществляется ее
- а. авторизация;
  - б. персонализация;
  - в. аутентификация;
  - г. идентификация.
4. Оценка эффективности функционирования сайта является
- а. первым этапом построения сайта;
  - б. вторым этапом построения сайта;
  - в. третьим этапом построения сайта;
  - г. четвертым этапом построения сайта .
5. Реализация сайта является
- а. первым этапом построения сайта;
  - б. вторым этапом построения сайта;
  - в. третьим этапом построения сайта;
  - г. четвертым этапом построения сайта .
6. К принципам удержания посетителей Web – сайта относится
- а. размещение ссылок в Web- каталогах;
  - б. регистрация в тематических Web – серверах;
  - в. информационное наполнение сайта ;
  - г. регистрация сервера в поисковых системах.
7. Экономическая оценка эффективности функционирования корпоративного сайта может быть определена как отношение
- а. полных затрат на реализацию к полученному доходу;
  - б. полученного дохода к полным затратам на реализацию ;
  - в. эксплуатационных затрат к единовременным;
  - г. полученного дохода к эксплуатационным затратам.

***Вопросы для опроса:***

1. Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие электронную коммерческую деятельность по вопросу подключения и использования Интернет.
2. Раскройте умение позиционировать электронное предприятие общественного питания на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями.
3. Опишите основные отличия электронной коммерции от традиционной.

4. Какие общие экономические выгоды получают участники электронной коммерции при создании веб-сайта для предприятия общественного питания (ресторана)?
5. Какие существуют варианты выхода в электронную коммерцию традиционного предприятия (предприятия индустрии питания)?
6. Опишите «Электронный бизнес» в социальных сетях, для продвижения ресторанного дела.
7. Информационная безопасность электронного бизнеса и проведение обследования деятельности и ИТ-инфраструктуры предприятий общественного питания.
8. Раскройте риски деятельности в сфере электронного бизнеса для организаций, участвующих в сфере общественного питания.
9. Опишите основные тенденции развития и особенности мобильного электронного бизнеса.
10. Критерии и показатели, характеризующие деятельность в электронном бизнесе, способность разработки ценовой политики ресторана по продвижению товаров и услуг в Интернет.
11. Методы предупреждения информационно-компьютерных угроз в электронном бизнесе.

### ***Темы групповых дискуссий:***

1. Возникновение сетевой экономики.
2. Последствия создания сетевого экономического пространства.
3. Факторы влияния глобальных сетей на социально-экономическую активность.
4. Применение Интернет технологий во внутреннем информационном пространстве организаций общественного питания.
5. Сетевая экономика в России.
6. Разделение сетей по уровню интеграции.
7. Принципы функционирования и развития сетевой экономики.
8. Факторы влияния глобальных сетей на социально-экономическую активность организаций общественного питания.
9. Электронный бизнес и его влияние на развитие ресторанного дела.
10. Сущность и объективные предпосылки возникновения электронного бизнеса.
11. Соотношение понятий электронный бизнес, электронная коммерция, электронная торговля, посредничество.
12. Отличительные особенности и тенденции развития электронного бизнеса. Типология предпринимательских процессов на электронном рынке.
13. Сущность и характерные черты электронной коммерции, ее отличия от коммерции традиционной экономики.

14. Основные типы электронной коммерции: Интернет-коммерция, мобильная коммерция.

***Задания для контрольной работы:***

1. Рассчитать оценку экономической эффективности работы сайта ресторана, если известно следующее:

- реализация проекта выполнялась в течение 2 лет;
- единовременные затраты на реализацию проекта составили: 200 000 руб.;
- эксплуатационные затраты на реализацию проекта составили: в первый год – 90 000 руб., во второй год 85 000 руб.;
- доходы, полученные в результате реализации проекта составили: в первый год – 1 500 000 руб., во второй год 2 000 000 руб.

2. Рассчитать экономическую эффективность Интернет рекламы сети ресторанов, если известно следующее:

- ежемесячное число хостов (уникальных IP) сайта составили 23 523;
- из них по рекламной ссылке перешли 3,28%;
- число хитов равно 123 406.

***Вариант №2.***

2. Рассчитать оценку экономической эффективности работы сайта ресторана, если известно следующее:

- реализация проекта выполнялась в течение 2 лет;
- единовременные затраты на реализацию проекта составили: 340 000 руб.;
- эксплуатационные затраты на реализацию проекта составили: в первый год – 190 000 руб., во второй год 200 000 руб.;
- доходы, полученные в результате реализации проекта составили: в первый год – 2 500 000 руб., во второй год 4 000 000 руб.

3. Рассчитать экономическую эффективность Интернет рекламы сети ресторанов, если известно следующее:

- ежемесячное число хостов (уникальных IP) сайта составили 14 846;
- из них по рекламной ссылке перешли 5,46%;
- число хитов равно 149 735

***Тематика докладов:***

1. Предпосылки возникновения и распространения электронной коммерции
2. Внедрение системы электронного бизнеса в деятельность ресторанного дела
3. Роль электронного бизнеса в ресторанном бизнесе



4. Анализ российского сегмента участников электронного бизнеса в ресторанном деле.
5. Покупательские предпочтения пользователей сети интернет в сфере общественного питания.
6. Использование показателя совокупной стоимости владения (TotalCostofOwnership, TCO) информационными системами при оценке альтернативных IT-проектов.
7. Моделирование и прогнозирование оборота общественного питания на рынке электронного бизнеса
8. Динамика оборота общественного питания и аудитории Интернета в 2000-2016 гг.
9. Прологарифмированная динамика оборота общественного питания и аудитории Интернета в 2000-2016 гг.
10. Коммуникативные характеристики Интернета в ресторанном бизнесе
11. Управление взаимоотношениями с клиентами в сфере общественного питания
12. Маркетинговая информационная система электронного бизнеса в ресторанном деле
13. Организация маркетинговых исследований в Интернете для ресторанного дела
14. Инструменты и средства проведения исследований в Интернете
15. Поиск информации в Интернете
16. Методы привлечения конечных пользователей на сайты. Использование поисковых систем.
17. Сайты поддержки существующего ресторанного бизнеса. Базы знаний по выпускаемой продукции.
18. Торговые системы в Интернет. Общие принципы функционирования. Требования к безопасности транзакций. Решения по проведению платежей и доставке товаров.
19. Системы и способы расчетов в Интернет, механизмы оплаты и приема платежей. Платежные системы в Интернет. Общие принципы функционирования. Обеспечение безопасности финансовых операций.
20. Организация тесного взаимодействия с потребителями. Кастомизация общения. Директ маркетинг в ресторанном бизнесе
21. Организация торговых площадок в Интернет. Обзор российских торговых площадок.
22. Законодательство в области электронной коммерции и Интернет.
23. Структурный обзор корпоративных сайтов предприятий ресторанного бизнеса Краснодарского края в сети Интернет.

## Пример практического задания

1.	<p>Войдите на сайт <a href="https://www.quay.com.au/">https://www.quay.com.au/</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции и выполните его классификацию в рамках модели.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
2.	<p>Войдите на сайт <a href="http://drurybuildings.com/">http://drurybuildings.com/</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
3.	<p>Оценка окупаемости и доходности Web-сайта</p> <p>Предположим, что ресторан предполагает реализовать проект в сети Интернет. Известно, что только 3% посетителей станут покупателями товаров в нем.</p> <p>Определите, при известных цене товара (\$5) и числе посетителей (1000 чел.) возможный доход от реализации товара через Интернет-?</p>
4.	<p>Анализ сайтов типа Интернет-магазин (кафе ) по следующим параметрам:</p> <p><a href="http://shizuku.com.au/">http://shizuku.com.au/</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- цели и целевая аудитория сайта, соответствие содержания возможной цели;</li> <li>- оцените удобство навигации по сайту,</li> <li>- соответствие дизайна содержанию,</li> <li>- удобство оформления заказа.</li> </ul>
5.	Создайте модель Web-сайта ресторан с помощью одного из конструкторов
6.	Найти Интернет сайты электронных предприятий (ресторанов, кафе) (по заданной сфере товаров и услуг) идентификация их деятельности
7.	Составьте ассоциативный ряд поисковых запросов для веб-сайта, занимающегося продажей кулинарных изделий в Краснодаре. У магазина есть оффлайн-магазин.
8.	Проведение исследований, необходимых для разработки маркетинговой стратегии ресторана, входящего на электронный рынок и оценки бизнес-плана
9.	Разработка рекламы, которая может быть использована для рекламы разрабатываемого проекта Интернет-предприятия (например, кафе, ресторан, столовая).
10.	Разработка финансового плана для разрабатываемого проекта Интернет-предприятия.
11.	<p>Войдите на сайт <a href="http://www.ilbucoristorante.it/">http://www.ilbucoristorante.it/</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции.</p> <p>Определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>
--	--

### Структура зачетного задания

<i><b>Наименование оценочного средства</b></i>	<i><b>Максимальное количество баллов</b></i>
<i>Вопрос 1.</i> Возникновение сетевой экономики. Последствия создания сетевого экономического пространства	<i>15</i>
<i>Вопрос 2</i> Структура информационного рынка	<i>15</i>
<p><i>Практическое задание.</i> Войдите на сайт <a href="https://www.afisha.ru/krasnodar/restaurants/">https://www.afisha.ru/krasnodar/restaurants/</a> Определите принадлежность сайта к той или иной модели взаимодействия субъектов систем электронной коммерции и выполните его классификацию в рамках модели..</p> <p>По данным счетчика, установленного на сайте, определите для домашней страницы сайта:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основные структурные элементы в построении Web-сайта;</li> <li>• способы регистрации пользователей;</li> <li>• используемые платежные системы;</li> <li>• способы доставки товара;</li> <li>• методы работы с посетителями сайта.</li> </ul> <p>В ответ включите скриншоты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- главной страницы</li> <li>- страницы регистрации</li> <li>- страницы оформления заказа</li> </ul>	<i>10</i>

**Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания**

Таблица 5

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»/ «зачтено»	ПК-5. Способен осуществлять взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами	ПК-5.1. Осуществляет проведение встреч, переговоров и презентаций продукции и услуг предприятия питания потребителям, партнерам и заинтересованным сторонам	Знает верно и в полном объеме основы межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии, социально-культурных норм бизнес-коммуникаций на предприятиях питания	Продвинутый
				Умеет верно и в полном объеме осуществлять проведение деловых встреч с соблюдением протокола и этикета с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников в индустрии общественного питания.	
70 – 84 баллов	«хорошо»/ «зачтено»	ПК-5. Способен осуществлять взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами	ПК-5.1. Осуществляет проведение встреч, переговоров и презентаций продукции и услуг предприятия питания потребителям, партнерам и заинтересованным сторонам	Знает методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами с целью выполнения маркетинговых задач	Повышенный
				Знает с незначительными замечаниями основы межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии, социально-культурных норм бизнес-коммуникаций на предприятиях питания	
70 – 84 баллов	«хорошо»/ «зачтено»	ПК-5. Способен осуществлять взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами	ПК-5.1. Осуществляет проведение встреч, переговоров и презентаций продукции и услуг предприятия питания потребителям, партнерам и заинтересованным сторонам	Умеет верно и в полном объеме: организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнерами и заинтересованными сторонами с целью выполнения маркетинговых задач	Повышенный
				Умеет с незначительными замечаниями осуществлять проведение деловых встреч с соблюдением протокола и этикета с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников в индустрии общественного питания.	

				<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами с целью выполнения маркетинговых задач</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями :</b> организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнерами и заинтересованными сторонами с целью выполнения маркетинговых задач</p>	
50 – 69 баллов	«удовлетворительно»/ «зачтено»	ПК-5. Способен осуществлять взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами	ПК-5.1. Осуществляет проведение встреч, переговоров и презентаций продукции и услуг предприятия питания потребителям, партнерам и заинтересованным сторонам	<p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> основы межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии, социально-культурных норм бизнес-коммуникаций на предприятиях питания</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> осуществлять проведение деловых встреч с соблюдением протокола и этикета с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников в индустрии общественного питания.</p>	Базовый
				<p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами с целью выполнения маркетинговых задач</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнерами и заинтересованными сторонами с целью выполнения маркетинговых задач</p>	
менее 50 баллов	«неудовлетворительно»/ «не зачтено»	ПК-5. Способен осуществлять взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами	ПК-5.1. Осуществляет проведение встреч, переговоров и презентаций продукции и услуг предприятия питания потребителям, партнерам и заинтересованным сторонам	<p><b>Не знает на базовом уровне</b> основы межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии, социально-культурных норм бизнес-коммуникаций на предприятиях питания</p> <p><b>Не умеет на базовом уровне</b> осуществлять проведение деловых встреч с соблюдением протокола и этикета с учетом</p>	Компетенции не сформированы

			сторонам	<p>национальных и корпоративных особенностей собеседников в индустрии общественного питания</p> <p><b>Не знает с на базовом уровне</b> методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами с целью выполнения маркетинговых задач</p> <p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнерами и заинтересованными сторонами с целью выполнения маркетинговых задач</p>	
--	--	--	----------	--	--

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**  
**Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова**

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра бухгалтерского учета и анализа

## **АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.21 Управление электронным бизнесом в индустрии питания**

**Направление подготовки**

**19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания**

**направление (профиль) программы**

**Технология и организация ресторанного бизнеса**

**Уровень высшего образования Бакалавриат**

Краснодар – 2021 г.

## 1. Цель и задачи дисциплины:

**Цель дисциплины** заключается в изучении основных достижений в области телекоммуникаций, сетевых структур, информационных систем, которые дают возможность существенно повысить эффективность развития экономического субъекта, осуществляющего свою деятельность в индустрии питания и создать принципиально новые направления его развития.

### Задачи дисциплины:

- изучить теоретические и практические знания по различным видам современной предпринимательской деятельности с использованием Интернет и мобильных устройств в сфере электронного бизнеса;
- изучить основные сетевые средства ведения электронного бизнеса и особенности их применения в индустрии питания;
- изучить основы управления web-сервером и создание web-сайтов в глобальной сети Интернет для расширения деятельности организаций индустрии питания;
- осуществлять проведение встреч, переговоров и презентаций продукции и услуг предприятия питания потребителям, партнерам и заинтересованным сторонам с применением средств электронного бизнеса.

## 2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
	<b><i>Раздел 1. Основные понятия электронного бизнеса</i></b>
1.	Тема 1. Интернет-экономика как инфраструктура современного информационного общества
2.	Тема 2. Виды и модели электронного бизнеса
	<b><i>Раздел 2. Продвижение товаров у услуг индустрии питания в сети Интернет</i></b>
3.	Тема 3. Электронный маркетинг и электронная реклама и их роль для предприятий индустрии питания
4.	Тема 4. Информационная инфраструктура электронного бизнеса в индустрии питания
<b>Трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е. / 72 часа.</b>	

**Форма контроля – зачет.**

### Составитель:

Доцент кафедры бухгалтерского учета и анализа

Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, к.п.н. Салий В.В.