

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 25.09.2024 16:02:27

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 2023**

**Краснодар – 2022 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 № 6 от 10.01.2022

## 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></p> <p>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></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>	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	Всего					
		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>	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.	Д.
<b>Раздел 2. Продвижение товаров и услуг индустрии питания в сети Интернет</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. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: монография / Л.В. Лapidус. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 381 с. — (Научная мысль). — ISBN 978-5-16-013607-3. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=344082>
2. Электронная коммерция: учебник / Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин, Т.В. Панкина. - М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2020. - 192 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0507-4. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=355539>
3. Электронная коммерция: учебное пособие / И. Е. Быстренина. - 2-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 90 с. - ISBN 978-5-394-03372-8. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=353615>

##### Дополнительная литература:

1. Дятлов, С. А. Информационно-сетевая экономика: структура, динамика, регулирование: монография / С.А. Дятлов, В.П. Марьяненко, Т.А. Селищева. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 414 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-010676-6. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=344434>
2. Кобелев, О. А. Электронная коммерция: учебное пособие / О. А. Кобелев; под ред. проф. С. В. Пирогова. — 5-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 682 с. - ISBN 978-5-394-03474-9. — Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=358562>
3. Меняев, М. Ф. Цифровая экономика предприятия: учебник / М.Ф. Меняев. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 369 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1045031. - ISBN 978-5-16-015656-9. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=359324>

##### 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 НПР 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

Операционная система Windows 10 PRO

Пакет прикладных программ Microsoft Office Professional Plus 2016 (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access)

Антивирусная программа Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Расширенный Rus Edition 250-499 Node,

Программное обеспечение утилита PeaZip,  
Adobe Acrobat Reader DC

## **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

***Типовые 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.

***Примеры вопросов 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.

***Примеры тем 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.

**Примеры типовых заданий 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:

- месячное 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:

- месячное 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>

## Типовая структура зачетного задания

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</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.	
				Знает методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами с целью выполнения маркетинговых задач	
				Умеет верно и в полном объеме: организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнерами и заинтересованными сторонами с целью выполнения маркетинговых задач	
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 с незначительными замечаниями основы межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии, социально-культурных норм бизнес-коммуникаций на предприятиях питания	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 – 2022 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.