

УТВЕРЖДАЮ
 Декан факультета

_____ Шматко А.Д.

« ____ » _____ 20__

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Направление/специальность подготовки	38.03.01 Экономика
Специализация/профиль/программа подготовки	Экономика предприятий и организаций
Уровень высшего образования	Бакалавриат
Форма обучения	Очная
Факультет	Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации
Выпускающая кафедра	Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ
Кафедра-разработчик рабочей программы	Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)									ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
			ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
3	5	3	108	34	17	0	17	74	0	0	74	зач.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)

38.03.01 Экономика

год набора группы: 2025

Программу составил:

Кафедра Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ
Становая Анна Андреевна, к.э.н., доцент

Программа рассмотрена
на заседании кафедры-разработчика
рабочей программы **Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**

Заведующий кафедрой Шматко А.Д., д.э.н., проф.

Программа рассмотрена
на заседании выпускающей кафедры

Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Разделы рабочей программы

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложения к рабочей программе дисциплины

- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-1.1 — Способен критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений, разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

ПК-1.1

знания:

- особенности использования современных цифровых и интернет-технологий для решения задач маркетинговой деятельности;
- особенности работы с контентом;
- информационно-коммуникационные технологии.;

умения:

- планировать и организовывать коммуникационную и рекламную кампанию в интернете с использованием различных цифровых технологий и решений;
- подбирать подходящее техническое оборудование и программное обеспечение для решения задач профессиональной деятельности.;

навыки:

- проведения аналитической и организационной работы при подготовке и реализации проектов в цифровой среде;
- использования актуальных цифровых платформ и программных решений для решения профессиональных задач..

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению *38.03.01 Экономика*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА**.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА (ПОЛУЧЕНИЕ ПЕРВИЧНЫХ НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ)**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- ОПК-1 — Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической теории при решении прикладных задач
- ОПК-2 — Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач
- ОПК-3 — Способен анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне
- ОПК-4 — Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности
- ОПК-5 — Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач
- ОПК-6 — Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПК-1.1
3	5	Раздел 1. Структура и состав информационной системы маркетинга. 1. Маркетинг как объект управления 2. Информационное обеспечение в систем управления маркетингом 3. Управление взаимоотношениями с потребителем (CRM).	28	8	4	4	20	100
3	5	Раздел 2. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. 1. Технология интернет в маркетинге. 2. Электронная коммерция. 3. Бизнес в интернет-пространстве.	28	8	4	4	20	0
3	5	Раздел 3. Стратегия планирования в интернет-маркетинге. 1. Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет. 2. Поисковое продвижение сайта в Интернет.	22	8	4	4	14	0
3	5	Раздел 4. Маркетинговая стратегия в сети Интернет. 1. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет: анализ спроса, анализ конкурентной среды. 2. Факторы издержек при использовании электронной коммерции. 3. Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга.	30	10	5	5	20	0
Всего за 5 семестр			108	34	17	17	74	100
Всего по дисциплине			108	34	17	17	74	100

3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Структура и состав информационной системы маркетинга.	Маркетинг как объект управления. Информационное обеспечение в систем управления маркетингом. Управление взаимоотношениями с потребителем (CRM).	4
2	Раздел 2. Функциональное назначение и ресурсы Интернет.	Технология интернет в маркетинге. Электронная коммерция. Бизнес в интернет-пространстве.	4
3	Раздел 3. Стратегия планирования в интернет-маркетинге.	Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет. Поисковое продвижение сайта в Интернет.	4
4	Раздел 4. Маркетинговая стратегия в сети Интернет.	Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет: анализ спроса, анализ конкурентной среды. Факторы издержек при использовании электронной коммерции. Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга.	5
Всего за 5 семестр			17

3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 1. Структура и состав информационной системы маркетинга.	Изучение и реферирование первоисточников, подготовка к практическим занятиям, к докладам. Подготовка реферата	20
2	Раздел 2. Функциональное назначение и ресурсы Интернет.	Подготовка к дискуссии. Подготовка реферата.	20
3	Раздел 3. Стратегия планирования в интернет-	Изучение и реферирование первоисточников, подготовка к практическим занятиям, выступлениям.	14

	маркетинге.	Подготовка реферата.	
4	Раздел 4. Маркетинговая стратегия в сети Интернет.	Подготовка к зачету. Подготовка к защите реферата.	20
Всего за 5 семестр			74

4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

СЕМЕСТР	НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
5			ТекК	Дисск.		ДР		ТекК	Дисск.	ДР		ТекК		Дисск.	Вопр. Зач	ДР	Вопр. Зач, зач.

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- ТекК – вопросы для текущего контроля;
- Дисск. – дискуссия;
- Вопр. Зач – вопросы к зачету;
- зач. – зачет.

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- вопросы для текущего контроля;
- дискуссия;
- вопросы к зачету.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- зачет.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература по дисциплине:

1. . Интернет-маркетинг. Москва: Юрайт, 2021, эл. рес.
2. А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе. СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016, 66 экз.

5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

не требуется.

5.3. Периодические издания:

не требуются.

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=474 —
Фундаментальная библиотека БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

Современные профессиональные базы данных:

1. <https://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. <https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «Киберленинка»;
<http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library> - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457 - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. <http://www.consultant.ru/>- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

5.5. Программное обеспечение:

не требуется.

5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Лекционные занятия:

специализированные требования по оборудованию отсутствуют; аудитория с посадочными местами по количеству студентов; доска.

6.2. Практические занятия:

1. Интерактивная доска.

6.3. Прочее:

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

Аннотация рабочей программы

Дисциплина **ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению *38.03.01 Экономика*. Дисциплина реализуется на факультете *Р* Международного промышленного менеджмента и коммуникации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой **Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:

ПК-1.1 Способен критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений, разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с понятиями интернет-маркетинга, информационных систем, рассматриваются классификация и особенности информационных систем в интернет-маркетинге, их влияние на развитие экономики страны, региона. Исследуются методы и инструменты маркетинговых исследований с помощью сети Интернет, информационных систем и интернет-технологий. Подробно рассматривается практика использования интернет-технологий систем в маркетинговых исследованиях.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- вопросы для текущего контроля;
- дискуссия;
- вопросы к зачету.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет **3 з.е., 108 ч.** Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (**17 ч.**), практические занятия (**17 ч.**), самостоятельная работа студента (**74 ч.**).

ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 ч., из них 34 ч. аудиторных занятий, и 74 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

Наименование работы	Рекомендуемая литература	Трудоемкость, час.
Раздел 1. Структура и состав информационной системы маркетинга.		
Изучение и реферирование первоисточников, подготовка к практическим занятиям, к докладам. Подготовка реферата	. Интернет-маркетинг: Москва: Юрайт, 2021 (1, 2, 3)	20
Итого по разделу 1		20
Раздел 2. Функциональное назначение и ресурсы Интернет.		
Подготовка к дискуссии. Подготовка реферата.	А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016 (1, 2, 3)	20
Итого по разделу 2		20
Раздел 3. Стратегия планирования в интернет-маркетинге.		
Изучение и реферирование первоисточников, подготовка к практическим занятиям, выступлениям. Подготовка реферата.	А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016 (1, 2, 3)	14
Итого по разделу 3		14
Раздел 4. Маркетинговая стратегия в сети Интернет.		
Подготовка к зачету. Подготовка к защите реферата.	А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016 (1, 2, 3)	20
Итого по разделу 4		20

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- вопросы для текущего контроля;
- дискуссия;
- вопросы к зачету;
- зачет.

Критерии оценивания

Диагностическая работа

Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

Вопросы для текущего контроля

- ответ засчитывается – студент демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминологией, логично и последовательно объясняет сущность, явлений и процессов, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

- ответ не засчитывается – студент демонстрирует незнание теоретических основ предмета, несформированные навыки анализа явлений и процессов, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминологией, проявляет отсутствие логичности и последовательностью изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на занятии.

Дискуссия

Оцениваемые показатели.

1. соответствие содержания ответа обсуждаемому вопросу: - соответствует - не соответствует.
2. логическая последовательность его изложения
3. аргументированность и обоснованность ответа
4. наличие собственных суждений по проблеме
5. лаконичное и грамотное изложение материала
6. поиск новых идей и выдвижение контридей в процессе обсуждения

Вопросы к зачету

1. Сущность интернет-маркетинга.
2. Интернет-рынок.
3. Концепция интернет-маркетинга.
4. Бизнес-модели сайтов.
5. Маркетинговые исследования с использованием интернет-технологий.
6. Кабинетные (вторичные) маркетинговые исследования.
7. Использование интернет-технологий при проведении кабинетных (вторичных) маркетинговых исследований.
8. Использование интернет-технологий при проведении полевых (первичных) маркетинговых исследований.
9. Проведение опроса на основе использования интернет-технологий.
10. Тестирование методов сбора информации.
11. Социальные сети.
12. Роль социальных сетей в маркетинговых исследованиях.
13. Товарная политика фирмы для интернет-рынка.
14. Ценовая политика фирмы для интернет-рынка.
15. Каналы распределения товаров (услуг) в Интернете.
16. Интернет-биржа.
17. Интернет-аукцион.
18. Электронные площадки (каталоги товаров).

19. Интернет-магазин.
20. Комплекс коммуникационной политики.
21. Преимущества и недостатки интернет-рекламы.
22. Носители интернет-рекламы.
23. Контекстная интернет-реклама.
24. Сервисы размещения интернет-рекламы в поисковых системах и на тематических сайтах.
25. Этапы проведения рекламной кампании.
26. Коммуникативные показатели оценки результативности интернет-рекламы.
27. Экономические показатели оценки результативности интернет-рекламы.
28. Методы стимулирования продаж.
29. PR мероприятия с использованием интернет-технологий.
30. Прямой маркетинг.
31. Формирование и использование баз данных клиентов.
32. Доменное имя.
33. Партнерские программы.
34. Использование электронной почты в интернет-маркетинге.
35. Мероприятия в рамках управления интернет-маркетингом.
36. Разделы плана интернет-маркетинга.
37. Контроль за мероприятиями в области интернет-маркетинга.
38. Коммуникативная эффективность интернет-ресурса.
39. Экономическая эффективность сайта.
40. Интернет-проект.
41. Виды затрат на интернет-проект.
42. Оценка эффективности функционирования интернет-проекта.
43. Особенности оценки интернет-проектов.
44. Использование экспертных методов для решения маркетинговых задач.

Зачет

Критерии оценивания:

«не зачтено»: контрольное задание выполнено менее, чем на 50%, преимущественная часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на отсутствие у обучающегося запланированных результатов освоения дисциплины (знаний, умений и навыков), необходимых и достаточных для решения профессиональных задач, соответствующих этапу формирования компетенции

«зачтено»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 50%, часть результатов выполнения задания может содержать ошибки, характер которых указывает на достаточный уровень достижения обучающимся запланированных результатов освоения дисциплины (знаний, умений и навыков), но при этом позволяет сделать вывод о способности обучающегося решать типовые профессиональные задачи.

Паспорт фонда оценочных средств

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %	НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПК-1.1	
3	5	Раздел 1. Структура и состав информационной системы маркетинга.	28	8	4	4	20	100	Вопросы для текущего контроля
3	5	Раздел 2. Функциональное назначение и ресурсы Интернет.	28	8	4	4	20	0	Дискуссия
3	5	Раздел 3. Стратегия планирования в интернет-маркетинге.	22	8	4	4	14	0	Вопросы для текущего контроля
3	5	Раздел 4. Маркетинговая стратегия в сети Интернет.	30	10	5	5	20	0	Вопросы к зачету
Всего за 5 семестр			108	34	17	17	74	100	
Всего по дисциплине			108	34	17	17	74	100	

Оценочные материалы по дисциплине ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

ПК-1.1 - Способен критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений, разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий

- № 1 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
Назовите преимущества и недостатки метода «мозговой штурм».
- № 2 Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
Назовите преимущества и недостатки метода идентификации рисков проекта «метод номинальных групп».
- № 3 Прочитайте текст и установите соответствие
Сопоставьте роли, которые должны быть определены в организационной структуре каждого проекта (независимо от его специфики) с их определениями.
- | | | |
|----|---|-------------------------|
| 1. | Лицо, ответственное за обеспечение проекта ресурсами и осуществляющее административную, финансовую и иную поддержку проекта | А. Заказчик проекта |
| 2. | Физическое или юридическое лицо, которое является владельцем результата проекта | Б. Руководитель проекта |
| 3. | Лицо, осуществляющее управление проектом и ответственное за результаты проекта | В. Куратор проекта |
| 4. | Лицо, которое ведет проект от начала до конца и отвечает за планирование, организацию работы команды, контроль выполнения задач и достижение поставленных целей | Г. Команда проекта |
| 5. | Совокупность лиц, групп и организаций, объединенных во временную организационную структуру для выполнения работ проекта | |
- № 4 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
В ходе формирования внутренней правовой среды проекта особого внимания требуют вопросы правового обеспечения заключения контрактов с поставщиками и подрядчиками. Определите, в какой/каких процедурах обязательно должен участвовать юрист.
- Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора.
1. Определение порядка выбора поставщиков и подрядчиков
 2. Определение порядка согласования контрактов
 3. Заключение контрактов
 4. Использование стимулирующих норм и санкций, прописанных в договорах и контрактах
- № 5 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
Риски поделены на систематические (субъективные) и несистематические (объективные). Управлению подлежат только субъективные риски. Объективные риски, обусловленные политической и экономической нестабильностью, непосредственному управлению не подлежат, но должны минимизироваться за счет превентивных мероприятий и поддержания работоспособного механизма выявления, контроля и защиты от рисков. Определите объективные (несистематические) риски.
- Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора.
1. Природные
 2. Технические

3. Экономические

4. Прямые ценовые

№ 6 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

Риски поделены на систематические (субъективные) и несистематические (объективные). Управлению подлежат только субъективные риски. Объективные риски, обусловленные политической и экономической нестабильностью, непосредственному управлению не подлежат, но должны минимизироваться за счет превентивных мероприятий и поддержания работоспособного механизма выявления, контроля и защиты от рисков. Определите субъективные (систематические) риски.

Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора.

1. Природные

2. Технические

3. Экономические

4. Прямые ценовые

№ 7 Прочитайте текст и установите соответствие

Сопоставьте объекты основных процессов планирования с соответствующими им ключевыми результатами.

1.	Даты начала и окончания работ проекта	А. Управление расписанием
2.	Порядок обеспечения проекта человеческими ресурсами	Б. Управление персоналом
3.	Порядок работы с рисками проекта	В. Управление рисками
4.	Порядок работы с изменениями в проекте	Г. Управление изменениями
5.	Оценка стоимости проекта	Д. Управление стоимостью
6.	Разработка сметы и бюджета	Е.

№ 8 Прочитайте текст и установите последовательность

Чтобы в процессе реализации проекта не упустить важные детали, требуется проводить его оценку на каждом этапе. В соответствии с этим можно установить несколько основных последовательных этапов при оценивании любого проекта.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.

1. Оценка управления проектом

2. Оценка MVP

3. Оценка потребностей рынка и аудитории

4. Оценка результата проекта

5. Оценка бизнес-идеи

№ 9 Прочитайте текст и установите последовательность

Выберите правильную последовательность действий по анализу и регулированию коммуникаций при выполнении проекта.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.

1. Информирование участников о внесенных изменениях

2. Анализ запросов на внесение изменений
 3. Анализ сбоев и нарушений при обеспечении участников проекта необходимой информацией
 4. Анализ функционирования системы коммуникаций после внесения необходимых изменений
- № 10 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
- Выделите основную возможность программных технологий справочно-правовых систем.
- Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора.
1. Хранение и обработка больших объемов правовой информации
 2. Поисковые возможности работы с документами
 3. Сервисные возможности работы с документами
 4. Экспорт документов в текстовый редактор Microsoft Word
- № 11 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
- С учетом цифровизации, технологизации, медианасыщенности сегодняшнего и будущего общества, важности получения и усвоения знаний для успешного развития личности, приобретения умений, навыков и формирования компетентностей в различных сферах деятельности, не вызывает сомнения актуальность коллективной работы и активного применения облачных решений в образовании. Как называется технология - одновременно наука и искусство, сочетающая в себе психологические, управленческие и прочие аспекты?
- Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора.
1. Интерактивные плакаты и интерактивные книги
 2. Сторителлинг
 3. Ленты времени
 4. Мультимедиа
- № 12 Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
- Одной из тенденций цифровой экономики является использование смарт-контракта, который, по сути, не «смарт» и практически не контракт. Что представляет данная сущность?
- Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора.
1. Это документ, в котором прописана суть стартапа, выходящего на ICO
 2. Это компьютерный алгоритм или условие, которое позволяет сторонам обмениваться активами
 3. Последовательность букв и цифр, которая даёт возможность любому, кто её знает, перечислить токены на скрытый за ней счет
 4. Единица измерения криптовалюты