



Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению 09.03.02 Информационные системы и технологии, утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 сентября 2017 г. № 926
- учебного плана, утвержденного ученым советом БГТУ им. В.Г. Шухова в 2021 году.

Составитель: канд.техн.наук,доц.  (М.А.Косоногова)  
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

«30» 04 2021 г., протокол № 6

И.о. зав. кафедрой: канд.техн.наук  (Д.Н. Старченко)  
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой  
информационных технологий

И.о. зав. кафедрой: канд.техн.наук  (Д.Н. Старченко)  
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

«30» 04 2021 г.

Рабочая программа одобрена методической комиссией института

«20» 05 2021 г., протокол № 9

Председатель: канд.техн.наук, доц.  (А.Н. Семернин)  
(ученая степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

## 1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Категория (группа) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
	ОПК-8. Способен принимать участие в управлении проектами создания информационных систем на стадиях жизненного цикла	ОПК-8.1. Использует основные технологии создания и внедрения информационных систем, стандарты управления жизненным циклом информационной системы	Знание классов промышленных систем электронного бизнеса, вариантов автоматизации секторов электронной коммерции, концепции Индустрия 4.0, основных стандартов электронного бизнеса, ключевых показателей эффективности проектов в сфере e-business
		ОПК-8.2. Осуществляет организационное обеспечение выполнения работ на всех стадиях и в процессах жизненного цикла информационной системы	Умение использовать инструменты, технологии и сервисы для перевода бизнеса в цифровую среду, включая инструменты маркетинга, интернет-рекламы, сбора и анализа данных посещаемости веб-ресурсов компании
		ОПК-8.3. Составляет плановую и отчетную документацию по управлению проектами создания информационных систем на стадиях жизненного цикла	Иметь навыки составления бизнес-плана для развития, продвижения, вывода на рынок ИТ-проектов
	ОПК-9. Способен принимать участие в реализации профессиональных коммуникаций с заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках проектных групп	ОПК-9.1. Использует инструменты и методы коммуникаций в проектах; каналы коммуникаций в проектах; модели коммуникаций в проектах; технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии, технологии подготовки и проведения презентаций	Знание методов генерации бизнес-идей и способов их тестирования на жизнеспособность, видов питч-выступлений, каналов коммуникации бизнеса с потребителями
		ОПК-9.2. Осуществляет взаимодействие с заказчиком в процессе реализации проекта; принимает участие в	Умение выстраивать стратегии коммуникации бренда, компании с целевой аудиторией на основе различных маркетинговых и digital каналов

		командообразовании и развитии персонала	
		ОПК-9.3. Организует проведения и проводит презентации переговоры, публичные выступления	Иметь навыки создания и проведения публичных презентаций бизнес-идей в форме питч-выступления

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

### **1. Компетенция ОПК-8**

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами.

Стадия	Наименования дисциплины
1.	Электронный бизнес
2.	Методы и средства проектирования информационных систем и технологий

### **2. Компетенция ОПК-9**

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами.

Стадия	Наименования дисциплины
1.	Электронный бизнес
2.	Методы и средства проектирования информационных систем и технологий

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зач. единиц, 72 часов.

Форма промежуточной аттестации зачет

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 7
Общая трудоемкость дисциплины, час	72	72
<b>Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:</b>	36	36
лекции	17	17
лабораторные	17	17
практические		
групповые консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации	2	2
<b>Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:</b>	36	36
Курсовой проект		
Курсовая работа		
Расчетно-графическое задание		
Индивидуальное домашнее задание		
Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические занятия, лабораторные занятия)	36	36
Экзамен		

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1 Наименование тем, их содержание и объем

#### Курс 4 Семестр 7

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям
<b>1. Концепция электронного бизнеса. Электронная коммерция</b>					
	Развитие электронного бизнеса: от первых форматов обмена торговыми данными до экосистем сервисов. Термин «электронный бизнес», «электронная коммерция». Классы промышленных систем электронного бизнеса. Индустрия 4.0. Секторы электронной коммерции и автоматизация их взаимодействия. Стандарты электронного бизнеса. Критерии для оценки эффективности интернет-бизнеса, системы сквозной аналитики	2		3	6
<b>2. Интернет-маркетинг</b>					
	Основные определения. Модели «маркетинг-микс». Структура интернет-маркетинга. Каналы и соответствующие им инструменты привлечения аудитории на сайт. Процессы в рамках интернет-маркетинга. Профессии в сфере интернет-маркетинга. Структурирование и стандартизация профессий в интернет-индустрии. Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», специализации в сфере интернет-маркетинга	4		3	6
<b>3. Целевая аудитория. Исследование потребностей пользователей</b>					
	User research. Определения ЦА. Зачем исследовать потребности аудитории? Как начать исследование аудитории? Методы исследования аудитории. Техники количественных исследований. Контекст применения, плюсы и минусы количественных исследований. Техники качественных исследований аудитории. Контекст применения, плюсы и минусы качественных исследований. Введение в CustDev. Кейсы на выбор правильного типа исследования	2		3	6
<b>4. Стадии вывода продукта на рынок</b>					
	О концепции LeanStartup. Жизненный цикл бизнеса (стартапа) по LeanStartup. О понятии Product-Market Fit. Алгоритм поиска PMF. Оценка Product-Market Fit	3		3	6
<b>5. Типовые бизнес-модели. Unit-экономика</b>					
	Популярные бизнес-модели для digital-продуктов. Модель подписки. Freemium модель. Программное обеспечение как услуга (SaaS). Двусторонние рынки (агентская схема). Рекламная модель. Влияние выбора	3		3	6

	бизнес-модели на оборот с продаж продукта – разбор примера. Unit-экономика. Главная цель подсчета Unit-экономики. Алгоритм применения Unit-экономики для проверки бизнес-модели. Калькуляторы Unit-экономики				
<b>6. Тренды интернет-маркетинга</b>					
	Трансформация социальных сетей. Общие SMM-тренды. Общие тренды в сфере интернет-маркетинга. Big Data в e-commerce и рекламе. Маркетинг ICO-проектов. Agile-маркетинг	3		2	6
	<b>ВСЕГО</b>	<b>17</b>		<b>17</b>	<b>36</b>

## 4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

Не предусмотрено учебным планом

## 4.3. Содержание лабораторных занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема лабораторного занятия	К-во часов	Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям
<b>семестр № 7</b>				
1	Концепция электронного бизнеса. Электронная коммерция Интернет-маркетинг	Генерация бизнес-идеи для проекта	3	4
2	Интернет-маркетинг Целевая аудитория. Исследование потребностей пользователей	Позиционирование и разработка бренд-платформы	4	4
3	Целевая аудитория. Исследование потребностей пользователей Стадии вывода продукта на рынок	Использование инструментов таргетинга и таргетированной рекламы на разных этапах пути клиента	4	4
4	Стадии вывода продукта на рынок Типовые бизнес-модели. Unit-экономика	Настройка контекстной рекламы	4	4
5	Тренды интернет-маркетинга	Продвижение в мессенджерах	2	4
<b>ИТОГО:</b>			<b>17</b>	<b>20</b>

## 4.4. Содержание курсового проекта/работы

Не предусмотрено учебным планом

## 4.5. Содержание расчетно-графического задания,

## индивидуальных домашних заданий

Не предусмотрено учебным планом

### 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

#### 5.1. Реализация компетенций

**1 Компетенция** ОПК-8. Способен принимать участие в управлении проектами создания информационных систем на стадиях жизненного цикла

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ОПК-8.1. Использует основные технологии создания и внедрения информационных систем, стандарты управления жизненным циклом информационной системы	Собеседование, защита лабораторной работы, устный опрос, зачет
ОПК-8.2. Осуществляет организационное обеспечение выполнения работ на всех стадиях и в процессах жизненного цикла информационной системы	Собеседование, защита лабораторной работы, устный опрос, зачет
ОПК-8.3. Составляет плановую и отчетную документацию по управлению проектами создания информационных систем на стадиях жизненного цикла	Собеседование, защита лабораторной работы, устный опрос, зачет

**2 Компетенция** ОПК-9. Способен принимать участие в реализации профессиональных коммуникаций с заинтересованными участниками проектной деятельности и в рамках проектных групп

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ОПК-9.1. Использует инструменты и методы коммуникаций в проектах; каналы коммуникаций в проектах; модели коммуникаций в проектах; технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии, технологии подготовки и проведения презентаций	Собеседование, защита лабораторной работы, устный опрос, зачет
ОПК-9.2. Осуществляет взаимодействие с заказчиком в процессе реализации проекта; принимает участие в командообразовании и развитии персонала	Собеседование, защита лабораторной работы, устный опрос, зачет
ОПК-9.3. Организует проведения и проводит презентации переговоров, публичные выступления	Собеседование, защита лабораторной работы, устный опрос, зачет

#### 5.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

##### 5.2.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий)



## для экзамена / дифференцированного зачета / зачета

Для итогового контроля уровня знаний предусмотрено создание эскиза бизнес-части выпускной квалификационной работы. Студент, защитивший все лабораторные работы, допускается к выполнению зачетной работы.

Выполнение зачетной работы является одним из элементов подготовки к дипломному проектированию и включает:

1. В соответствии с утвержденной темой дипломного проекта сформулировать бизнес-цель.
2. Сформулировать наименование бизнес-раздела, посвященного методам и инструментам достижения бизнес-цели.
3. Выбрать подходящую форму бизнес-части диплома (бизнес-план реализации проекта, план продвижения в интернете с точки зрения маркетинга, экономический профиль проекта, дополнительные финансовые инструменты, интегрированные в проект). Привести обоснование выбора.
4. Разработать эскизный план и примерное содержание бизнес-раздела (с указанием методов и инструментов достижения поставленной бизнес-цели).

Примерные бизнес-цели проектов могут формулироваться следующим образом:

- повышение эффективности работы определенных категорий пользователей или компонентов системы на основе ... ;
- реорганизация бизнес-процессов предприятия или заказчика путем ... ;
- сокращение затрат на ... ;
- уменьшение ... расходов, приводящее к увеличению прибыли;
- сокращение времени обработки заявок в системе обслуживания, приводящее к увеличению прибыли;
- снижение затрат предприятия за счет автоматизации рабочего места ... ;
- получение прибыли от размещения мобильного приложения в AppStore;
- получение прибыли от функционирования веб-сервиса ... ;
- получение прибыли от функционирования платформы ... ;
- получение прибыли за счет реинжиниринга определенных бизнес-процессов на основе анализа ... ;
- тиражирование разработанного программного продукта для получения прибыли с продаж; – внедрение механизмов монетизации ... ;
- использование современных средств продвижения системы в сети Интернет для увеличения клиентской базы.

Условно можно выделить следующие формы бизнес-части:

- бизнес-план реализации проекта (информационной системы, платформы, сервиса, модуля системы);
- план продвижения информационной системы в интернете с точки зрения SEO, SMM и других сегментов интернет-маркетинга;
- экономический профиль проекта;
- дополнительные финансовые инструменты, интегрированные в проект.

Тогда примерные наименования бизнес-раздела могут формулироваться следующим образом:

- Построение бизнес-модели проекта.
- Расчёт экономической состоятельности проекта.
- Оценка экономической эффективности проекта.
- Разработка системы сквозной аналитики для проекта.
- Механизмы монетизации проекта.
- Разработка плана маркетингового продвижения.

Задание оценивается по системе зачтено/не зачтено по следующим критериям:

- соответствие сформулированной бизнес-цели содержанию проекта;
- корректность формулировки названия бизнес-раздела;
- соответствие выбранной формы бизнес-части тематике проекта;
- детальность проработки эскизного плана бизнес-раздела.

### **5.2.2. Перечень контрольных материалов для защиты курсового проекта/ курсовой работы**

Не предусмотрено учебным планом

### **5.3. Типовые контрольные задания (материалы) для текущего контроля в семестре**

Контроль знаний студентов осуществляется в процессе выполнения и защиты лабораторных работ.

Выполнение лабораторной работы предполагает демонстрацию студентом результатов выполнения заданий по выстраиванию стратегии продвижение бренда (бизнес-идеи). Полные перечни заданий с примерами выполнения приведены в методических указаниях. Примерные варианты заданий приведены в следующей таблице.

№	Тема лабораторной работы	Общая формулировка практического задания
1	Семестр 7. Лабораторная работа №1. Генерация бизнес-идеи для проекта (ОПК-8.2,3,ОПК-9.2,3)	1) С помощью известных методов сгенерируйте бизнес-идею для будущего проекта (выпускной квалификационной работы). 2) Сформулируйте подходящее наименование для бизнеса или проекта. 3) Подготовьте выступление в форме Idea pitch для презентации своей бизнес-идеи (целью выступления является привлечение потенциальных клиентов и инвесторов). Выступление должно сопровождаться показом презентации. 4) С помощью любого конструктора создайте лендинг по тематике разрабатываемой бизнес-идеи для тестирования бизнес-идеи или начала рекламной кампании
2	Семестр 7. Лабораторная работа №2. Позиционирование и разработка бренд-	1) Составьте портрет целевой аудитории, ориентируясь на четыре группы параметров в соответствии с Вашей бизнес-тематикой (бизнес-идеей из предыдущей лабораторной работы).

№	Тема лабораторной работы	Общая формулировка практического задания
	платформы (ОПК-8.2,3,ОПК-9.2,3)	<p>2) Сформулируйте гипотезу о том, какие сегменты можно выделить в ЦА и постройте карту эмпатии на примере одного сегмента.</p> <p>3) Сформулируйте 1-2 гипотезы для глубинных интервью.</p> <p>4) Составьте скрипт (сценарий) проведения проблемного интервью в рамках CustDev</p> <p>5) Проведите конкурентный анализ (выявить не менее 4-5 прямых конкурентов) на основе чек-листа ключевых бизнес-качеств.</p> <p>6) Для поиска информации о ЦА и конкурентах следует использовать сервисы (на выбор), позволяющие частично автоматизировать поиск целевой аудитории и анализ конкурентов.</p> <p>7) Сделайте заключение, какие идеи, выводы, решения, дополнительные исследования можно принять на основе собранной информации.</p>
3	<p>Семестр 7. Лабораторная работа №3.</p> <p>Использование инструментов таргетинга и таргетированной рекламы на разных этапах пути клиента (ОПК-8.2,3,ОПК-9.2,3)</p>	<p>1) Создайте и настройте сообщество ВКонтакте, ориентированное на бизнес, который Вы хотите продвигать. Подберите и подключите бесплатные виджеты (2-3 виджета) для созданного сообщества.</p> <p>2) Уточните портрет аудитории, разработанный в рамках предыдущей лабораторной работы (путем парсинга сообществ конкурентов, сервисов сбора баз целевой аудитории, результатов открытых маркетинговых исследований).</p> <p>3) Сформулируйте ценностное предложение (торговое предложение) по классической формуле или по подходящей формуле для сегментов своей целевой аудитории.</p> <p>4) Составьте недельный контент-план публикаций в сообществе (планируйте с помощью сервисов отложенного постинга; предусмотрите разные типы контента: экспертный, продуктовый, промо, развлекательный).</p> <p>5) Добавьте в сообщество несколько постов, предварительно проверьте стилистику текстов с помощью соответствующих сервисов.</p> <p>6) Подберите и изучите кейсы по продвижению продуктов/услуг из своей сферы деятельности.</p> <p>7) Определитесь, для каких этапов пути клиента и каких сегментов целевой аудитории будете создавать рекламные кампании (выберите 2 любых этапа). Далее в рекламном кабинете ВКонтакте для каждого этапа: подберите цель рекламы, выберите подходящие рекламные форматы; создайте не менее 2-х рекламных объявлений.</p>
4	<p>Семестр 7. Лабораторная работа №4.</p> <p>Настройка контекстной рекламы (ОПК-8.2,3,ОПК-9.2,3)</p>	<p>1) Изучите справку по сервису размещения контекстной рекламы Яндекс.Директ.</p> <p>2) В Яндекс.Директ создайте не менее двух рекламных кампаний разного типа. Для каждой рекламной кампании сформулируйте цель, дальнейшие настройки выполняйте в соответствии с целью. Разные рекламные кампании, группы объявлений и объявления могут быть нацелены</p>

№	Тема лабораторной работы	Общая формулировка практического задания
		<p>на разные сегменты ЦА или разные группы поисковых запросов («горячие», «теплые», «холодные»).</p> <p>3) Для каждой рекламной кампании составьте группу из 2-3 объявлений разных типов.</p> <p>4) Для каждой группы объявлений проработайте список ключевых фраз и минус-слов, регионы показа и другие настройки. Обязательно используйте сервисы и инструменты Яндекса: прогноз бюджета, подбор слов, Яндекс.Аудитории.</p> <p>5) Проверьте черновики рекламных кампаний на наличие ошибок с помощью инструмента «Рекомендатор» от сервиса eLama.ru.</p>
5	<p>Семестр 7. Лабораторная работа №5.</p> <p>Продвижение в мессенджерах (ОПК-8.2,3,ОПК-9.2,3)</p>	<p>1) Определитесь с назначением (целью работы) чат-бота.</p> <p>2) Спроектируйте структуру (возможные разделы, действия посетителей, ответы бота) чат-бота для автоматизации какого-либо бизнес-процесса, связанного с Вашей бизнес-идеей. Вопросы-ответы бота оформите в виде интеллект-карты <a href="https://coggle.it/">https://coggle.it/</a>.</p> <p>3) Зарегистрируйте бота с помощью @BotFather в Telegram. Следуя инструкциям @BotFather, придумайте имя бота на русском языке и его техническое имя, установите аватар, сделайте описание бота и приветственное сообщение для посетителей. Сохраните токен, сгенерированный @BotFather.</p> <p>4) Создайте чат-бот любым (одним) из предложенных способов в соответствии с требованиями из п.2.</p>

В процессе демонстрации результатов студенту может быть предложено ответить на несколько вопросов, связанных с тематикой работы. Полные перечни контрольных вопросов приведены в методических указаниях. Примерный перечень вопросов приведен в следующей таблице.

№	Тема лабораторной работы	Контрольные вопросы для собеседования
1	<p>Семестр 7. Лабораторная работа №1.</p> <p>Генерация бизнес-идеи для проекта (ОПК-8.1,ОПК-9.1)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Классифицируйте традиционные методы генерации идей.</li> <li>2. В чем заключаются простые методы генерации идей?</li> <li>3. В чем заключаются методы творческого мышления? Какие методы этой категории Вам известны?</li> <li>4. Что такое ТРИЗ?</li> <li>5. Каковы функциональные возможности онлайн-сервисов для управления идеями?</li> <li>6. В чем заключается метод 3-1-3?</li> <li>7. Что такое питч-выступление?</li> <li>8. На кого ориентированы питч-выступления?</li> <li>9. Какие разновидности питч-выступлений Вам известны?</li> <li>10. Охарактеризуйте форму выступления Elevator pitch.</li> <li>11. Охарактеризуйте форму выступления Idea pitch.</li> <li>12. Охарактеризуйте форму выступления Funding pitch.</li> <li>13. Что такое посадочная страница (landing page, лендинг)?</li> <li>14. Что такое конверсионный лендинг?</li> <li>15. Каково назначение посадочных страниц?</li> <li>16. Поясните на примерах правило 4U.</li> </ol>

№	Тема лабораторной работы	Контрольные вопросы для собеседования
		17. Что такое А/В-тестирование (сплит-тестирование)? 18. Как можно повысить конверсию посадочных страниц?
2	Семестр 7. Лабораторная работа №2. Позиционирование и разработка бренд-платформы (ОПК-8.1, ОПК-9.1)	1. Что такое платформа бренда? 2. Что такое позиционирование, какие категории позиционирования Вам известны? 3. Какие элементы составляют бренд-платформу? 4. Перечислите этапы позиционирования бренда на рынке. 5. Перечислите и охарактеризуйте стратегии позиционирования. 6. Что такое digital-стратегия продвижения бренда? 7. Какие шаги включает digital-стратегия? 8. Что такое целевая аудитория? 9. В чем состоит важность четкого определения целевой аудитории? 10. Приведите примеры основной и косвенной целевой аудитории. 11. Что понимается под сегментацией целевой аудитории? 12. Какие параметры используются для составления портрета целевой аудитории? 13. В чем особенности составления портрета ЦА для b2b-сегмента? 14. Какие источники используются для составления и/или уточнения портрета целевой аудитории? 15. Что такое карта эмпатии? 16. Перечислите количественные и качественные техники исследования потребителей. 17. Каковы этапы проведения CustDev-интервью? 18. Перечислите ошибки, возникающие при проведении глубинных интервью. 19. Каковы могут быть итоги проведения глубинных интервью? 20. Что такое конкурентный анализ в общем смысле? 21. Что такое конкурентный анализ применительно к интернет-среде? 22. Какие методы классического конкурентного анализа Вам известны? 23. В чем состоит метод конкурентного анализа «матрица экрана бизнеса General Electric»? 24. В чем состоит метод Бостонской консалтинговой компании (матрица BCG)? 25. В чем состоит метод SWOT-анализа? 26. В чем состоит метод бенчмаркинга? 27. В чем состоит метод конкурентного анализа по М. Портеру? 28. В чем состоит метод «конкурентная карта рынка»? 29. В каких целях используется конкурентный анализ? 30. Что такое схема маркетинговых коммуникаций конкурента? Как она используется для анализа конкурентов? 31. Опишите алгоритм выявления конкурентов в интернет-среде. 32. Какие бизнес-качества в первую очередь следует использовать для сравнения конкурентов? 33. Перечислите веб-сервисы для поиска и анализа

№	Тема лабораторной работы	Контрольные вопросы для собеседования
		<p>конкурентов.</p> <p>34. Какие управленческие решения могут быть приняты на основе анализа целевой аудитории и конкурентов?</p>
3	<p>Семестр 7. Лабораторная работа №3.</p> <p>Использование инструментов таргетинга и таргетированной рекламы на разных этапах пути клиента (ОПК-8.1,ОПК-9.1)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое путь клиента? Какие этапы предусматриваются в общем случае?</li> <li>2. Что такое имиджевая реклама?</li> <li>3. Что такое таргетинг и ретаргетинг?</li> <li>4. Что такое таргетированная реклама?</li> <li>5. Перечислите основные виды таргетинга.</li> <li>6. Что такое ценностное предложение и как оно связано с эффективностью рекламы?</li> <li>7. Перечислите формулы ценностного предложения.</li> <li>8. Приведите примеры инструментов SMM-специалиста.</li> <li>9. Что такое аукционное ценообразование в таргетированной рекламе?</li> <li>10. Какие модели оплаты таргетированной рекламы Вам известны?</li> <li>11. От чего зависит рекомендуемая цена за размещение рекламного объявления?</li> <li>12. Как подобрать оптимальную ставку оплаты за таргетированную рекламу?</li> <li>13. Из-за каких факторов может снижаться эффективность таргетированной рекламы?</li> <li>14. Зачем необходимо отслеживать эффективность рекламной кампании?</li> <li>15. Что показывает скорость расходования дневного лимита на рекламную кампанию?</li> <li>16. Как конкурировать на рекламном аукционе?</li> <li>17. Перечислите основные шаги по запуску таргетированной рекламы.</li> <li>18. Какие виды ретаргетинга ВКонтакте предусмотрены?</li> <li>19. Перечислите инструменты ВКонтакте, позволяющие повысить эффективность рекламы.</li> <li>20. Анализ каких показателей доступен в рекламном кабинете ВКонтакте?</li> <li>21. Исходя из каких аспектов подбирается формат рекламного объявления?</li> <li>22. Что такое код ретаргетинга?</li> <li>23. Почему рекламные объявления нужно обновлять с некоторой периодичностью?</li> <li>24. Что такое рекламная платформа? Примеры рекламных платформ и основные функции.</li> <li>25. Как работают сервисы сбора баз потенциальных клиентов?</li> </ol>
4	<p>Семестр 7. Лабораторная работа №4.</p> <p>Настройка контекстной рекламы (ОПК-8.1,ОПК-9.1)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое контекстная реклама?</li> <li>2. Что такое поисковая контекстная реклама?</li> <li>3. Что такое реклама в сетях?</li> <li>4. Что такое РСЯ и КМС?</li> <li>5. Что такое имиджевая реклама?</li> <li>6. Что такое Performance-реклама?</li> <li>7. Какую структуру имеет контекстное объявление?</li> <li>8. Перечислите шаги по запуску и мониторингу контекстной рекламной кампании.</li> </ol>

№	Тема лабораторной работы	Контрольные вопросы для собеседования
		9. Что такое ключевые фразы? 10. Что такое минус-фразы? 11. Почему ключевые слова не должны пересекаться в объявлениях одного рекламодателя? 12. Какие позиции показа контекстных объявлений существуют? 13. Что такое стратегия в рекламных кампаниях? 14. Что такое бид-менеджер? 15. Перечислите критичные ошибки в настройке контекстной рекламы. 16. По каким показателям нужно отслеживать эффективность рекламной кампании? 17. Как можно повысить эффективность контекстной рекламы? 18. Какие сервисы для управления и автоматизации размещения контекстной рекламы Вам известны? 19. Что такое модели атрибуции? В чем их важность?
5	Семестр 7. Лабораторная работа №5. Продвижение в мессенджерах (ОПК-8.1, ОПК-9.1)	1. Что такое мессенджер-маркетинг? 2. Перечислите задачи, выполняемые с помощью мессенджеров при продвижении компании или проекта. 3. Какие функции могут выполнять боты в мессенджерах? 4. Охарактеризуйте маркетинговые инструменты мессенджеров. 5. Перечислите способы и алгоритм создания чат-ботов на примере мессенджера Telegram. 6. Каковы функции и возможности сервисов в области разработки ботов для разных целевых платформ? 7. Какие компоненты доступны в конструкторе BotMother для создания чат-ботов? 8. Приведите примеры сервисов для создания ботов, а также дайте их сравнительную характеристику с точки зрения преимуществ и ограничений.

Процедура выполнения лабораторных работ представляет собой качественную оценку знаний, умений и навыков студентов.

#### 5.4. Описание критериев оценивания компетенций и шкалы оценивания

При промежуточной аттестации в форме зачета используется следующая шкала оценивания: зачтено, не зачтено.

Критериями оценивания достижений показателей являются:

Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине	Критерий оценивания
Знание классов промышленных систем электронного бизнеса, вариантов автоматизации секторов	Обучающийся понимает контекст внедрения и использования основных классов систем электронного бизнеса (ERP, CRM, BI, HRM и др.). Владеет информацией о средствах автоматизации секторов e-commerce (b2b, b2c, c2c, b2g, b2e). Понимает связь концепции Индустрия 4.0 с явлением цифровой экономики. Разбирается в стандартах обмена торговыми документами и стандартами безопасности. Может перечислить КРІ для интернет проектов,

электронной коммерции, концепции Индустрия 4.0, основных стандартов электронного бизнеса, ключевых показателей эффективности проектов в сфере e- business	понимает зависимости между ними
	Знание основных закономерностей, соотношений, принципов
	Объем освоенного материала
	Полнота ответов на вопросы
	Четкость изложения и интерпретации знаний
Умение использовать инструменты, технологии и сервисы для перевода бизнеса в цифровую среду, включая инструменты маркетинга, интернет-рекламы, сбора и анализа данных посещаемости веб- ресурсов компании	Может предложить стратегии перевода бизнеса в цифровую среду
	Умение использовать теоретические знания для выбора инструментов автоматизации тестирования, верификации, валидации программной продукции, которые в том числе используют элементы машинного обучения и искусственного интеллекта
	Умение проверять решение и анализировать результаты
	Умение качественно оформлять (презентовать) решение задач и выполнения заданий
Иметь навыки составления бизнес- плана для развития, продвижения, вывода на рынок ИТ- проектов	Следует структуре бизнес-плана при его составлении, понимает, как осуществлять поиск информации по анализу рынка, ниши, целевой аудитории, конкурентов. Способен оценить требуемые затраты на реализацию и запуск проекта, планировать источники привлечения инвестиций в проект, оценивать риски проекта и календарный план его исполнения
	Объем выполненных заданий
	Качество выполнения трудовых действий
	Самостоятельность планирования выполнения трудовых действий
Знание методов генерации бизнес- идей и способов их тестирования на жизнеспособность, видов питч- выступлений, каналов коммуникации бизнеса с потребителями	Понимает отличия между методами генерации бизнес-идей, разбирается в контексте их применения, знает структуру и длительность разных видов питч-выступлений
	Знание основных закономерностей, соотношений, принципов
	Объем освоенного материала
	Полнота ответов на вопросы
	Четкость изложения и интерпретации знаний
Умение выстраивать стратегии коммуникации бренда, компании с целевой аудиторией на основе различных маркетинговых и digital каналов	Разбирается в тенденциях digital-рынка, умеет настраивать маркетинговые каналы коммуникации и объединять их в рамках целостной стратегии продвижения
	Умение использовать теоретические знания для выбора методики решения задач, выполнения заданий
	Умение проверять решение и анализировать результаты, в том числе полученные с помощью статических анализаторов кода и инструментов тестирования с элементами машинного обучения



	Умение качественно оформлять (презентовать) решение задач и выполнения заданий
Иметь навыки создания и проведения публичных презентаций бизнес-идей в форме питч-выступления	Обучающийся справляется с задачей создания бизнес-презентации, составлением сценария питча и публичным выступлением в игровой ситуации с условными инвесторами
	Объём выполненных заданий
	Качество выполнения трудовых действий
	Самостоятельность планирования выполнения трудовых действий

Оценка преподавателем выставляется интегрально с учётом всех показателей и критериев оценивания.

Оценка сформированности компетенций по показателю Знания.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
Знание терминов, определений, понятий	Не знает терминов и определений	Знает термины и определения, но допускает неточности формулировок	Знает термины и определения	Знает термины и определения, может корректно сформулировать их самостоятельно
Знание основных закономерностей, соотношений, принципов	Не знает основные закономерности и соотношения, принципы построения знаний	Знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний	Знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний, их интерпретирует и использует	Знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний, может самостоятельно их получить и использовать
Объём освоенного материала	Не знает значительной части материала дисциплины	Знает только основной материал дисциплины, не усвоил его деталей	Знает материал дисциплины в достаточном объеме	Обладает твердым и полным знанием материала дисциплины, владеет дополнительными знаниями
Полнота ответов на вопросы	Не дает ответы на большинство вопросов	Дает неполные ответы на все вопросы	Дает ответы на вопросы, но не все - полные	Дает полные, развернутые ответы на поставленные вопросы
Четкость изложения и интерпретации знаний	Излагает знания без логической последовательности	Излагает знания с нарушениями в логической последовательности	Излагает знания без нарушений в логической последовательности	Излагает знания в логической последовательности, самостоятельно их интерпретируя и анализируя
	Не иллюстрирует изложение поясняющими схемами, рисунками и примерами	Выполняет поясняющие схемы и рисунки небрежно и с ошибками	Выполняет поясняющие рисунки и схемы корректно и понятно	Выполняет поясняющие рисунки и схемы точно и аккуратно, раскрывая полноту усвоенных знаний
	Неверно излагает и интерпретирует знания	Допускает неточности в изложении и интерпретации знаний	Грамотно и, по существу, излагает знания	Грамотно и точно излагает знания, делает самостоятельные выводы

Оценка сформированности компетенций по показателю Умения.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
Освоение методик - умение решать практические задачи, выполнять типовые задания	Не умеет решать практические задачи, выполнять типовые задания	С дополнительной помощью может решать практические задачи, выполнять типовые задания, допускает ошибки	Допускает неточности при решении практических задач и выполнении типовых заданий	Грамотно использует методики, умеет решать все практические задачи, выполнять все типовые задания
Умение использовать теоретические знания для выбора методики решения задач, выполнения заданий	Не умеет использовать теоретические знания для выбора методики решения задач, выполнения заданий	С дополнительной помощью может выполнить выбор методики решения задач. При выполнении заданий допускает ошибки	Умеет использовать теоретические знания для выбора методики решения задач, допускает неточности при выполнении заданий	Самостоятельно может сделать выбора методики решения задач, выполняет все задания без ошибок
Умение проверять решение и анализировать результаты	Не умеет проверять решение и анализировать результаты	Проверяет решение, с дополнительной помощью может анализировать результаты	Проверяет решение в достаточном объеме, при анализе результатов допускает неточности	Обладает твердыми умениями проверки решения и анализа результатов
Умение качественно оформлять (презентовать) решение задач и выполнения заданий	Не умеет качественно оформлять (презентовать) решение задач и выполнения заданий	Выполняет поясняющие схемы и рисунки небрежно и с ошибками	Выполняет оформление решения задач и выполнения заданий корректно и понятно	Качественно и на высоком уровне оформляет решение задач и выполнения заданий

### Оценка сформированности компетенций по показателю Иметь навыки.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
Навыки решения стандартных/нестандартных задач	Не может выполнять решения стандартных задач	С дополнительной помощью может выполнять решения стандартных/нестандартных задач, допускает ошибки	Может выполнить решение стандартных/нестандартных задач, но допускает неточности	Самостоятельно может выполнить решение стандартных/нестандартных задач
Объём выполненных заданий	Не выполняет значительную часть заданий по дисциплине	Выполняет задания только по основному материалу дисциплины, не усвоил его деталей	Выполняет задания в достаточном объеме	Выполняет весь объём заданий. Обладает твердым и полным знанием материала дисциплины, владеет дополнительными знаниями
Качество выполнения трудовых действий	Не выполняет трудовые действия	Имеет навыки выполнения трудовых действий только по основному материалу дисциплины, не усвоил его деталей	Имеет навыки выполнения трудовых действий в достаточном объеме	Обладает твердыми навыками выполнения трудовых действий по всему материалу дисциплины, владеет дополнительными навыками

Самостоятельность планирования выполнения трудовых действий	Не выполняет планирования выполнения трудовых действий	Допускает неточности при планировании выполнения трудовых действий	Самостоятельно и грамотно выполняет планирование выполнения большинства трудовых действий	Самостоятельно и грамотно выполняет планирование выполнения всех трудовых действий
---	--	--	---	--

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

### 6.1. Материально-техническое обеспечение

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Аудитория для лекционных занятий	оборудованы специализированной мебелью, мобильным или стационарным мультимедийным проектором, переносным экраном, ноутбуком, или компьютером на базе одно или двухъядерных процессоров с тактовой частотой не менее 2 ГГц, объемом оперативной памяти не менее 2 Гб и жесткого диска до 500 Гб; локальная сеть с пропускной способностью 100 Мбит/с
2	Компьютерные классы для проведения лабораторных занятий	оборудованы специализированной мебелью, компьютерами с установленными программными продуктами на базе одно или двухъядерных процессоров с тактовой частотой не менее 2 ГГц, объемом оперативной памяти не менее 2 Гб и жесткого диска до 500 Гб; локальная сеть с пропускной способностью 100 Мбит/с, принтеры или многофункциональные устройства форматов А4, А3.
3	Помещения для самостоятельной работы обучающихся	оборудованы специализированной мебелью, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации

### 6.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

№	Перечень лицензионного программного обеспечения.	Реквизиты подтверждающего документа
1	Microsoft Office Professional Plus 2016	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023
2	Microsoft Windows 10 Корпоративная	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
3	Kaspersky Endpoint Security «Стандартный Russian Edition»	Сублицензионный договор № 102 от 24.05.2018. Срок действия лицензии до 19.08.2020 Гражданско-правовой Договор (Контракт) № 27782 «Поставка продления права пользования (лицензии) Kaspersky Endpoint Security от 03.06.2020. Срок действия лицензии 19.08.2023г.
4	Google Chrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
5	Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
6	Система компьютерного тестирования знаний VeralTest (сетевая версия VeralSoft без ограничений)	электронное письмо от 06.04.2008

### **6.3. Перечень учебных изданий и учебно-методических материалов**

1. Инжиниринг предприятия и управление бизнес-процессами. Методология и технология / Тельнов Ю.Ф. учебное пособие для студентов магистратуры. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА 2015 <http://www.iprbookshop.ru/34456>
2. Васильев А., Забегалин Д. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете / Учебное пособие. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА 2008
3. Юденков Ю. Н. Интернет-технологии в банковском бизнесе: перспективы и риски / Учебное пособие. - Москва : КНОРУС 2010
4. Абдикеева Н. М., Китова О. В. Корпоративные информационные системы управления / Учебное пособие. - Москва : ИНФРА-М 2014
5. Международный бизнес в области информационных технологий / Абрамова А. В. Учебн. Пособие. - Москва : Аспект Пресс, 2010 <http://www.iprbookshop.ru/8890>
6. Язык информационных технологий и бизнеса / Руженцева Т. С. Учебн. пособие Москва : Евразийский открытый институт, 2010 <http://www.iprbookshop.ru/11144>
7. Брагина Л. А. Электронная коммерция Учебное пособие Москва : Экономистъ 2005
8. Гриненко Г. П. Информатизация общества и бизнеса в условиях глобализации : монография Учебное пособие Белгород : Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова 2013
9. Попов В. М., Маршавин Р. А., Ляпунов С. И. Глобальный бизнес и информационные технологии. Современная практика и рекомендации / Учебное пособие Москва : Финансы и статистика 2001
10. Тронин Ю. Н. Информационные системы и технологии в бизнесе / Учебное пособие Москва : Альфа-Пресс 2005
11. Данько Т. П., Завьялова Н. Б., Сагинова О. В. Электронный маркетинг / Учебное пособие Москва : ИНФРА-М 2003
12. Абдикеев Н. М., Данько Т. П. Реинжиниринг бизнес-процессов Учебное пособие Москва : ЭКСМО 2007
13. Принцип электронного бизнеса. О фантазерах, мистиках и реалистах. Идея и способ функционирования новой экономики / IBM CONSULTING GROUP // Учебное пособие Москва : Открытые системы 2001

### **6.4. Перечень интернет ресурсов, профессиональных баз данных, информационно-справочных систем**

1. Гаврилов Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса: Учебное пособие. Москва: СОЛОН-ПРЕСС, 2009. - 592 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118188&sr=1>
2. Баин А.М. Автоматизированные информационные системы электронных бизнес-отношений: Электронный ресурс. Москва: Финансы и статистика, 2009. -208с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=122405&sr=1>