

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 82

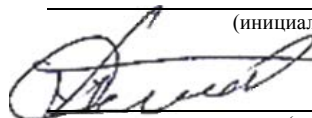
УТВЕРЖДАЮ

Руководитель направления
проф., д.пед.н., доц.

(должность, уч. степень, звание)

А.Г. Степанов

(инициалы, фамилия)



(подпись)

« 22 » 06 2023 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Электронный бизнес»
(Наименование дисциплины)


Код направления подготовки/ специальности	09.03.03
Наименование направления подготовки/ специальности	Прикладная информатика
Наименование направленности	Интеллектуальные информационные системы и технологии
Форма обучения	заочная

Санкт-Петербург– 2023

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

доц., к.э.н., доц.
(должность, уч. степень, звание)

 17.05.2023
(подпись, дата)

Л.В. Рудакова
(инициалы, фамилия)

асс.
(должность, уч. степень, звание)

 17.05.2023
(подпись, дата)

Р.В. Молчанова
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 82

«_18_» _мая_____ 2023__ г, протокол № 10_____

Заведующий кафедрой № 82

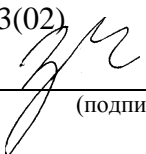
д.э.н., доц.
(уч. степень, звание)

 18.05.2023
(подпись, дата)

А.С. Будагов
(инициалы, фамилия)

Ответственный за ОП ВО 09.03.03(02)

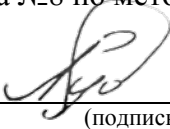
Ст. преподаватель
(должность, уч. степень, звание)

 18.05.2023
(подпись, дата)

Н.В. Зуева
(инициалы, фамилия)

Заместитель директора института №8 по методической работе

доц., к.э.н., доц.
(должность, уч. степень, звание)

 18.05.2023
(подпись, дата)

Л.В. Рудакова
(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Электронный бизнес» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 09.03.03 «Прикладная информатика» направленности «Интеллектуальные информационные системы и технологии». Дисциплина реализуется кафедрой «№82».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ПК-5 «Способность разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с разработкой стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, лабораторные работы, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины является получение обучающимися необходимых знаний, умений и навыков в области разработки стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

1.2. Дисциплина входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции	ПК-5 Способность разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК-5.3.1 знать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"; принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ПК-5.У.1 уметь составлять систему показателей эффективности продвижения; анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" общей маркетинговой стратегии организации; обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Управление бизнесом»,
- «Информационный маркетинг»

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин:

- «Информационный менеджмент»

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№9
1	2	3

Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	4/ 144	4/ 144
Из них часов практической подготовки	8	8
Аудиторные занятия, всего час.	16	16
в том числе:		
лекции (Л), (час)	8	8
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)		
лабораторные работы (ЛР), (час)	8	8
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	9	9
Самостоятельная работа, всего (час)	119	119
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Экз.	Экз.

Примечание: ** кандидатский экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 9					
Раздел 1. Особенности стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"					
Тема 1.1 SMM –стратегия, как современный способ продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	2		1 1 1		30
Тема 1.2 Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	2				30
Раздел 2. Электронный бизнес и возможности его использования					
Тема 2.1 Ведение и управление бизнес-процессами с использованием ИС и ИКТ в локальной сети организации и в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	2		1 2 2		30
Тема 2.2 Продвижение товаров и услуг организации цифровыми средствами	2				29
Итого в семестре:	8		8		119
Итого	8	0	8	0	119

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	<p>Раздел 1. Особенности стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>Тема 1.1 SMM-стратегия, как современный способ продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>Формирование SMM – стратегии. Инструменты стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".</p> <p>Тема 1.2 Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>Парсинг. Методы проведения анализа требований пользователей и бизнес-требований. Анализ эффективности маркетинговой активности</p>
2	<p>Раздел 2. Электронный бизнес и возможности его использования</p> <p>Тема 2.1 Ведение бизнес-процессов с использованием ИС и ИКТ в локальной сети организации и в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>Различия электронного и традиционного бизнесов. Основные направления использования локальных и глобальных сетей в технологической и коммерческой деятельности организации. Поиск информации в Интернете.</p> <p>Тема 2.2 Продвижение товаров и услуг организации цифровыми средствами.</p> <p>Выбор площадок для рекламы. Виды рекламы в Интернете. Баннерная реклама. Контекстная реклама. Сбор статистики медийной и рекламной кампании.</p>

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено					
Всего					

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость,	Из них	№
---	---------------------------------	---------------	--------	---

п/п		(час)	практической подготовки, (час)	раздела дисциплины
Семестр 9				
1	Анализ присутствия «заказчика» в интернете и обработка полученной информации	1	1	1
2	Создание и ведение документации по проекту «заказчика», которая будет включать в себя анализ сайта конкурентов	1	1	2
3	Разработка и планирование контент-плана по наполнению сайта и информационного пространства «заказчика» на 3 недели	1	1	3
4	Анализ целевой аудитории «заказчика» и разработка рекомендаций по повышению «юзабилити» сайта	1	1	4
5	Создание и редактирования контента для сайта и информационного пространства «заказчика»	2	2	5
6	Разработка бизнес-плана, создание прототипа веб-платформы и маркетинговой стратегии её продвижения.	2	2	6
Всего		8	8	

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы
Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся
Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 9, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	80	80
Курсовое проектирование (КП, КР)	-	-
Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-
Выполнение реферата (Р)	-	-
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	4	4
Домашнее задание (ДЗ)	-	-
Контрольные работы заочников (КРЗ)	30	30
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	5	5
Всего:	119	119

5. Перечень учебно-методического обеспечения
для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
https://new.znaniyum.com/catalog/product/1053378	Смолина, В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях: практ. пособие / В.А. Смолина. - Москва: Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с.	
https://znaniyum.com/read?id=356177	Гаврилов, Л. П. Информационные технологии в коммерции: учебное пособие / Л. П. Гаврилов. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 238 с.	
http://lib.aanet.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=418	Ястребов А.П., Рудакова Л.В. Интернет – маркетинг / Ястребов А.П. – СПб: РИЦ ГУАП, 2021. – 123 с.	
https://znaniyum.com/catalog/product/1244177	Управление бизнесом в	

	цифровой экономике: вызовы и решения: монография / под ред. И. А. Аренкова, Т. А. Лезиной, М. К. Ценжарик, Е. Г. Черновой. - Санкт-Петербург: СПбГУ, 2019. - 360 с.	
--	--	--

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
http://smb.gov.ru/	Федеральный портал малого и среднего бизнеса

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1	Microsoft Windows 7 110-7 от 28.02.2019
2	Microsoft Office Standard 1031-3 от 31.07.2018

8.2. Перечень информационно-справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	КонсультантПлюс
2	ЭБС ZNANIUM
3	Гарант

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).	
2	Учебная аудитории для проведения лабораторных занятий и занятий практического типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации	
3	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации	Читальный зал библиотеки; 21-17-кабинет курсового и дипломного проектирования
4	Учебная аудитории для проведения промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации	

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий.
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий.
«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов для экзамена	Код индикатора
1	Раскройте особенности стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	ПК-5.3.1
2	Представьте алгоритм разработки стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	ПК-5.3.1
3	Обоснуйте необходимость применения SMM-стратегии в организации	ПК-5.3.1
4	Опишите инструменты стратегии продвижения	ПК-5.3.1
5	Определите методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	ПК-5.3.1
6	Раскройте понятия «парсинга» Приведите примеры программ	ПК-5.3.1
7	Обоснуйте необходимость электронного бизнеса и	ПК-5.3.1

	опишите возможности его использования	
8	Определите этапы поиска информации в Интернете для конкретной компании	ПК-5.3.1
9	Сформулируйте, как проводится продвижение товаров и услуг организации цифровыми средствами	ПК-5.3.1
10	Выявите различия электронного и традиционного бизнесов	ПК-5.3.1
11	Сформируйте подход к обработке больших объемов информации при ведении документации по проектам.	ПК-5.У.1
12	Разработайте методику планирования работ по наполнению сайта.	ПК-5.У.1
13	Сформируйте подход к разработке бизнес-плана, включая создание прототипа веб-платформы и выбор маркетинговой стратегии.	ПК-5.У.1
14	Сформируйте процедуру работы с информацией при выполнении проектов по наполнению сайта.	ПК-5.У.1
15	Разработайте систему ведения документации, обеспечивающую эффективное координацию редактирования контента.	ПК-5.У.1
16	Создайте шаблон для документации, который будет использоваться при ведении проектов.	ПК-5.У.1
17	Сформируйте подход к анализу больших объемов информации для планирования работ по наполнению сайта.	ПК-5.У.1
18	Разработайте методику координации действий при редактировании контента на сайте.	ПК-5.У.1
19	Создайте процесс ведения документации, который будет учитывать специфику проектов.	ПК-5.У.1
20	Сформируйте алгоритм создания контента с учетом требований проектов.	ПК-5.У.1

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.
Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
	не предусмотрено	

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
1	<p>Задание 1 Фирма «Аморс» является производителем пластмассовых колпачков к флаконам для средств бытовой химии. Она безуспешно пытается получить от своих потребителей (производителей средств бытовой химии) необходимую для непрерывного улучшения качества товара информацию. Необходимо провести анализ эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети Интернет для компании.</p>
2	<p>Задание 2 Проанализируйте SMM - стратегии двух тематически одинаковых компаний и объясните их коммуникационную и рекламную политику.</p>
3	<p>Задание 3 Сформируйте принципы выбора инструментов SMM - стратегии для размещения рекламы товара в городской среде.</p>
4	<p>Задание 4 Сформируйте принципы выбора социальной сети для размещения социальной рекламы.</p>
5	<p>Задание 5 Объясните, какие инструменты SMM - стратегии лучше применить для следующих товаров: страховых полисов; стирального порошка; компьютерной технике; строительных товаров.</p>
6	<p>Задание 6 Вы работаете менеджером по рекламе в фирме «Фрутик», производящей консервированные продукты питания. Стоимость продукции варьируется от 100 до 500 рублей за упаковку. Свою продукцию: различные консервированные овощи и фрукты ваша фирма продает только через Интернет - магазин. Создайте стратегию продвижения, которая будет включать следующие разделы: концепцию продвижения, цели продвижения; задачи для достижения каждой цели; целевую аудиторию (модели поведения аудитории и чем можно на нее влиять); основную идею в контенте; рубрикатор; предоставьте не менее 3 тем для каждой рубрики; определите форматы постов и требования к ним; обоснуйте выбор социальных сетей для продвижения; представьте примеры для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление.</p>

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала.

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении

фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала: формулировка темы лекции; указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение; изложение вводной части; изложение основной части лекции; краткие выводы по каждому из вопросов; заключение; рекомендации.

11.2. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ

В ходе выполнения лабораторных работ обучающийся должен углубить и закрепить знания, практические навыки, овладеть современной методикой и техникой эксперимента в соответствии с квалификационной характеристикой обучающегося. Выполнение лабораторных работ состоит из экспериментально-практической, расчетно-аналитической частей и контрольных мероприятий.

Выполнение лабораторных работ обучающимся является неотъемлемой частью изучения дисциплины, определяемой учебным планом, и относится к средствам, обеспечивающим решение следующих основных задач обучающегося:

- приобретение навыков исследования процессов, явлений и объектов, изучаемых в рамках данной дисциплины;
- закрепление, развитие и детализация теоретических знаний, полученных на лекциях;
- получение новой информации по изучаемой дисциплине;
- приобретение навыков самостоятельной работы с лабораторным оборудованием и приборами.

1. Задание и требования к проведению лабораторной работы №1 «Анализ присутствия «заказчика» в интернете и обработка полученной информации»

Цель работы: Провести анализ присутствия «заказчика» в интернете и обработать полученную информацию для дальнейшей разработки рекомендаций на основании проведенного анализа.

Структура и форма отчета о лабораторной работе

С помощью wordstat.yandex сформировать теги для мониторинга присутствия «заказчика» в сети Интернет. Вставить список до 20 тегов вручную и 2 скриншота. Выбрать 1 тег, аргументировать выбор тега и вставить его в поисковый запрос системы Яндекс. Выбрать первые 5 ссылок (формат https:...), которые будут получены. Результат оформить в формате таблицы:

Ссылка №	1	2.	3.	4.	5.
Адрес ссылки					

Провести анализ полученных 5 ссылок (ресурсов) по критериям и создать таблицу:

Ссылка №	Вставьте скриншот сайта, который открывается по ссылке	Ценность источника ресурса, где была размещена информация о «заказчике»	Влияние ресурса на репутацию «заказчика»	Напишите каким образом можно использовать материал, опубликованный на ресурсе, для публикации на сайте «заказчика»	Прикрепите ссылку на источник, который способен подтвердить или опровергнуть информацию, которая была упомянута на ресурсе
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					

Сформируйте 5 рекомендаций «заказчику» на основании проведённого анализа.

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

Аналитическая справка формируется в виде документа Word с титульным листом, в соответствии с ГОСТ 7.32.

2. Задание и требования к проведению лабораторной работы № 2 «Создание и ведение документации по проекту «заказчика», которая будет включать в себя анализ сайта конкурентов»

Цель работы: Создать документ в формате Word, где будет проведён анализ конкурентов, и загрузить его в облачное хранилище «Яндекс Диск».

Структура и форма отчета о лабораторной работе

В документе Word составить таблицу из 5 конкурентов нашего «заказчика» в формате:

Название конкурента	Ссылка на сайт конкурента	Ссылка на социальные сети конкурента
1		
2		
3		
4		

5		
---	--	--

Написать список из 5 критериев, которые будут использоваться для анализа сайта конкурентов, и каждый критерий обосновать 2 аргументами в формате таблицы:

Название критерия	Аргумент №1	Аргумент №2

Провести анализ сайта каждого конкурента по выбранным 5 критериям. Анализ должен быть произведён в формате таблицы или текстовом формате. На основании анализа создать список из 5 пунктов, где будет указано какие аспекты можно внедрить и улучшить на сайте «заказчика».

Полученный документ Word загрузить в облачное хранилище «Яндекс Диск», скопировать ссылку и вставить в работу.

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

Аналитическая справка формируется в виде документа Word с титульным листом, в соответствии с ГОСТ 7.32.

3. Задание и требования к проведению лабораторной работы №3 «Разработка и планирование контент-плана по наполнению сайта и информационного пространства «заказчика» на 3 недели»

Цель работы: Создать контент-план на 3 недели для «заказчика»

Структура и форма отчета о лабораторной работе

В документ Word создать таблицу, где будет сформирован контент-план на 3 недели по наполнению сайта.

В таблице обязательно должен быть указан день недели (и дата)

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

Аналитическая справка формируется в виде документа Word с титульным листом, в соответствии с ГОСТ 7.32.

4. Задание и требования к проведению лабораторной работы №4 «Анализ целевой аудитории «заказчика» и разработка рекомендаций по повышению «юзабилити» сайта»

Цель работы: Проанализировать целевую аудиторию «заказчика» и создать список рекомендаций по повышению «юзабилити» сайта

Структура и форма отчета о лабораторной работе

Представить основную информацию о «заказчике» на основании которой выделить, как минимум, 4 сегмента целевой аудитории.

К каждому сегменту целевой аудитории создать список 3 рекомендаций по повышению «юзабилити» сайта. Каждую рекомендацию подкрепить 3 аргументами.

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

Аналитическая справка формируется в виде документа Word с титульным листом, в соответствии с ГОСТ 7.32.

5. Задание и требования к проведению лабораторной работы №5 «Создание и редактирования контента для сайта и информационного пространства «заказчика»

Цель работы: Создать контент для сайта и информационного пространства «заказчика» и отредактировать имеющийся.

Структура и форма отчета о лабораторной работе

Посмотреть сайт «заказчика» и вынести 5 рекомендаций по редакции имеющегося контента на сайте.

Создать 10 примеров контента для: 1) сайта «заказчика» 2) социальных сетей «заказчика»

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

Аналитическая справка формируется в виде документа Word с титульным листом, в соответствии с ГОСТ 7.32.

6. Задание и требования к проведению лабораторной работы №6 «Разработка бизнес-плана, создание прототипа веб-платформы и маркетинговой стратегии её продвижения.»

Цель работы: Разработка бизнес-плана, создание прототипа веб-платформы и маркетинговой стратегии её продвижения.

Структура и форма отчета о лабораторной работе

Разработать бизнес-плана для «заказчика», который включает в себя информацию о компании, анализ рынка, описание продукта и бизнес-модели «заказчика». Создать прототип веб-платформы (сайта) с помощью tilda. Разработать стратегию продвижения сайта, которая будет состоять, как минимум, из 5 шагов продвижения.

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

Аналитическая справка формируется в виде документа Word с титульным листом, в соответствии с ГОСТ 7.32.

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Обучающийся самостоятельно проводить изучения теоретического материала по рекомендуемой литературе, представленной в таблице 8 и 9.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа включает в себя контрольную работу из таблицы 19.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;

– методические указания по выполнению контрольных работ (для обучающихся по заочной форме обучения).

11.4. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Требования к проведению текущего контроля успеваемости: к моменту проведения текущего контроля успеваемости должно быть выполнено 50% лабораторных работ, устный опрос. К концу обучения должны быть выполнены все лабораторные работы.

Методы проведения текущего контроля успеваемости: устный опрос на занятиях, защита лабораторных работ (сроки исполнения, соответствие заданию, ГОСТ).

Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при проведении промежуточной аттестации и являются основанием для допуска студентов к промежуточной аттестации.

Вопросы к устному опросу:

- Алгоритм прохождения платежа с участием платёжных систем.
- Особенности цифровой экономики.
- Задачи корпоративного сайта.
- Способы структурирования целевой аудитории в Интернете.
- Организация разработки Интернет-проекта.
- Организация сопровождения работы сайта и жизненный цикл Интернет-проекта.
- Виды и особенности рекламы в Интернете.
- Виды банерной рекламы.
- Возможности Интернет-рекламы для сбора статистики рекламной кампании.
- Виды и возможности текстовой информации на сайте.
- Использование ключевых слов при работе с поисковыми системами.
- Что необходимо оптимизировать при создании веб-страниц
- Особенности использования мобильного Интернета пользователем.
- Различие возможностей доступа в Интернет с устройств без операционной и с операционной системой.
- Применение мобильного Интернета в электронном бизнесе.

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Требования к проведению промежуточной аттестации: к моменту проведения промежуточной аттестации должны быть выполнены все лабораторные работы.

Методы проведения промежуточной аттестации: экзамен.

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой