

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет - ЭКОНОМИЧЕСКИЙ

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
качеству образования - первый
проректор

(подпись)

« 31 » *май* 2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.08 ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки/специальность 38.04.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль) / специализация Инновации и бизнес в сфере информационных технологий

Форма обучения очно/заочная

Квалификация магистр

Краснодар 2024

Рабочая программа дисциплины Б1.В.08 Информационный менеджмент составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки / специальности 38.03.05 Бизнес-информатика

Программу составила:
Э.В. Кузьмина, доцент, к.п.н., доцент



Рабочая программа дисциплины Б1.В.08 Информационный менеджмент утверждена на заседании кафедры теоретической экономики
протокол №9 «2» апреля 2024г.

Заведующий кафедрой Сидоров В.А



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета
протокол №9 «14» мая 2024 г.

Председатель УМК факультета/института Дробышевская Л.Н.



Гончаров В.А., и.о. директора ООО «АРТРЕ», г. Краснодар

Пьянкова Н.Г., канд. пед. наук, доцент, доцент кафедры «Математика и информатика» ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Краснодарский филиал

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

- профессиональное понимание проблем информационного менеджмента;
- формирование у студентов системных знаний в области информационного менеджмента;
- выполнение основных функций менеджмента в области продвижения информационных проектов в сети Интернет.
- организация использования современных информационных ресурсов Интернет.

1.2 Задачи дисциплины

- изучение теоретических основ информационного менеджмента;
- изучение принципов управления информационными ресурсами предприятия;
- изучение вопросов организации стратегического планирования и прогнозирования, в том числе с использованием сети Интернет;
- изучение вопросов управления информационными потоками предприятия;
- ознакомление с существующими методиками и стандартами управления проектами в области информационных технологий
- изучение возможностей и способов использования различных методик управления проектами в области информационных технологий.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Информационный менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана 38.04.05 «Бизнес-информатика», магистерская программа «Инновации и бизнес в сфере информационных технологий».

В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается в 3 семестре по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

- архитектура предприятия (продвинутый уровень);
- реализация процессного подхода при построении систем управления информационными технологиями предприятия.

Перечень последующих дисциплин, для которых данная дисциплина является предшествующей в соответствии с учебным планом:

- организация научно-исследовательской деятельности;
- управление информационно-технологическим сервисом и контентом;
- подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-компаний.	
ИПК-2.2 Демонстрирует способность разрабатывать систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает систему инструментов интернет-маркетинга
	Умеет составлять систему показателей, необходимых и достаточных для анализа эффективности продвижения проекта
	Демонстрирует способность использовать систему показателей для анализа эффективности продвижения проекта
ИПК-2.3 Демонстрирует способность составлять стратегию продвижения	Знает принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)
	Умеет распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения
	Демонстрирует способность разработки этапов реализации стратегии продвижения
ИПК-2.4 Демонстрирует способность формировать и обосновывать бюджет продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает основы бюджетирования маркетинговой деятельности
	Умеет вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика
	Демонстрирует способности определения экономического эффекта от реализации стратегии продвижения
ИПК-2.5 Демонстрирует способность контролировать реализацию стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает основы информационного менеджмента
	Умеет выдавать задания по реализации стратегии продвижения
	Демонстрирует способность разрабатывать чек-лист продвижения стратегии
ПК-3 Способен управлять персоналом интернет-маркетинга и его подразделением, обеспечивающим инновационную активность организации	
ИПК-3.1 Демонстрирует способность разрабатывать систему мотивации специалистов по интернет-маркетингу	Знает основы менеджмента
	Умеет разрабатывать систему мотивации специалистов по интернет-маркетингу
	Демонстрирует способность разработки мотивационных показателей на основе параметров бизнес процессов
ИПК-3.2 Осуществляет формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу	Знает основы менеджмента
	Умеет формировать требования к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу
	Демонстрирует способность разработки должностных инструкций специалистов по интернет-маркетингу
ИПК-3.3 Демонстрирует способность управлять специалистами по интернет-маркетингу и контролировать их работу	Знает основы менеджмента
	Умеет анализировать поступающую информацию о продвижении проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Демонстрирует способность предлагать способы корректировки продвижения проекта на основе текущих показателей

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ		Всего часов	Форма обучения
			заочная
			2 курс (часы)
Контактная работа, в том числе:		12,2	12,2
Аудиторные занятия (всего):		12	12
занятия лекционного типа		4	4
лабораторные занятия		8	8
практические занятия		-	-
семинарские занятия		-	-
Иная контактная работа:		0,2	0,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:		92	92
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)		92	92
Подготовка к текущему контролю		-	-
Контроль:		3,8	3,8
Подготовка к зачету		3,8	3,8
Общая трудоёмкость	час.	108	108
	в том числе контактная работа	12,2	12,2
	зач. ед	3	3

Виды работ		Всего часов	Форма обучения
			очная
			2 курс (часы)
Контактная работа, в том числе:			
Аудиторные занятия (всего):		24	24
занятия лекционного типа		6	6
лабораторные занятия		18	18
практические занятия		-	-

семинарские занятия	-	-
Иная контактная работа:	4,0	4,0
Контроль самостоятельной работы (КСР)	3,8	3,8
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:	92	92
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	92	92
Подготовка к текущему контролю	-	-
Контроль:		
Подготовка к экзамену	-	-
Общая трудоемкость	108	108
час.	108	108
в том числе контактная работа	92	92
зач. ед	3	3

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 2 курсе (*заочная форма обучения*)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		
Л	ПЗ		ЛР		
1.	Web-аналитика как часть интернет-маркетинга: цели и задачи веб-аналитики	11	0,5	0,5	10
2.	Терминология, метрики и KPI веб-аналитики	11	0,5	0,5	10
3.	Маркетинг и digital-стратегия	11,5	0,5	1	10
4.	Трафик и источники трафика	11,5	0,5	1	10
5.	Инструменты веб-аналитики: Google Analytics	11,5	0,5	1	10
6.	Инструменты веб-аналитики: Другие инструменты	11,5	0,5	1	10
7.	CX- и UX-анализ	11,5	0,5	1	10
8.	A/B-тестирование и оптимизация конверсий	11,5	0,5	1	10
9.	Расширенная digital-аналитика	13	0	1	12
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	104	4	8	92
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	3,8			3,8
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			0,2
	Подготовка к текущему контролю	-			
	Общая трудоемкость по дисциплине	108	4	8	96

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 2 курсе (*очная форма обучения*)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа		Самостоятельная работа	
	Л		ПЗ	ЛР		СРС
1.	Web-аналитика как часть интернет-маркетинга: цели и задачи веб-аналитики	11	0,5	0,5		10
2	Терминология, метрики и KPI web-аналитики	11	0,5	0,5		10
3.	Маркетинг и digital-стратегия	11,5	0,5	1		10
4.	Трафик и источники трафика	11,5	0,5	1		10
5.	Инструменты веб-аналитики: Google Analytics	11,5	0,5	1		10
6.	Инструменты веб-аналитики: Другие инструменты	11,5	0,5	1		10
7.	CX- и UX-анализ	11,5	0,5	1		10
8.	A/B-тестирование и оптимизация конверсий	11,5	0,5	1		10
9.	Расширенная digital-аналитика	13	0	1		12
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	104	4	8		92
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	3,8				3,8
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				0,2
	Подготовка к текущему контролю	-				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108	4	8		96

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Web-аналитика как часть интернет-маркетинга: цели и задачи веб-аналитики	Общая аналитика. Пользователи (посетители). Сеанс (визит). Просмотры страниц (глубина просмотра). Показатель отказов. Цель. Конверсия	Вопросы для устного опроса
2.	Терминология, метрики и KPI web-аналитики	Глубина просмотра страниц. Время на сайте. Отказы. Конверсия. Достижение целей.	Вопросы для устного опроса
3.	Маркетинг и digital-стратегия	Стратегия Digital маркетинга. Определение текущей ситуации и проблемы (или проблем), из-за которых цели не достигаются; принципиальная схема решения проблем; набор ключевых действий, которые необходимы для достижения целей. План разработки digital стратегии	Вопросы для устного опроса
4.	Трафик и источники трафика	Поисковый (органический) трафик. Рекламный (платный) трафик: баннеры, медийная реклама, контекстная реклама партнёрки, таргетинг, CPA-сети, тизерные сети. Direct – прямые переходы. Social – трафик из социальных сетей. Referral – переходы по ссылкам с других ресурсов.	Вопросы для устного опроса
5.	Инструменты веб-аналитики: Google Analytics	Параметры Google Analytics, показатели Google Analytics: Количество сеансов (сессий) и процент новых, CTR, процент отказов, количество выполненных целей и	Вопросы для устного опроса

		доход с них, время загрузки страницы. Интерфейс. Отчеты. Сводки (dashboards). Ярлыки (shortcuts). Оповещения (intelligence events).	
6.	Инструменты веб-аналитики: Другие инструменты	Google Analytics. Яндекс.Метрика. Open Web Analytics. StatCounter. ReactFlow.	Вопросы для устного опроса
7.	CX- и UX-анализ	UX, UI, CX, UXD, IxD: Компонентный анализ терминов	Вопросы для устного опроса
8.	А/Б-тестирование и оптимизация конверсий	А/В-тестирование, персонализация и предиктивный таргетинг: 3 уровня оптимизации пользовательского опыта	Вопросы для устного опроса
9.	Расширенная digital-аналитика	Реализация расширенной аналитики: Big Data, Machine Learning и дополненное управление данными	Вопросы для устного опроса

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/лабораторные работы)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий/работ	Форма текущего контроля
1.	Web-аналитика как часть интернет-маркетинга: цели и задачи веб-аналитики	Занятие 1. Анализ сайта для интернет-маркетинга	Контрольное задание №1
2.	Терминология, метрики и KPI web-аналитики	Занятие 1. Определение метрик сайта для проведения web-аналитики. Определение KPI сайта	Контрольное задание №2
3.	Маркетинг и digital-стратегия	Занятие 1. Разработка digital-стратегии для сайта организации	Контрольное задание №3
4.	Трафик и источники трафика	Занятие 2 Анализ источников трафика, анализ показателей трафика сайта	Контрольное задание №4
5.	Инструменты веб-аналитики: Google Analytics	Занятие 2 Использование инструментов веб-аналитики Google Analytics для оптимизации стратегии развития сайта организации	Контрольное задание №5
6.	Инструменты веб-аналитики: Другие инструменты	Занятие 3 Использование инструментов веб-аналитики Яндекс-метрики для оптимизации стратегии развития сайта организации	Контрольное задание №6
7.	CX- и UX-анализ	Занятие3. Проведение CX- и UX-анализа	Контрольное задание №6
8.	А/Б-тестирование и оптимизация конверсий	Занятие 4. Оптимизировать эргономику сайта с помощью А/В-тестов	Контрольная работа
9.	Расширенная digital-аналитика	Занятие 4. Использование методов расширенной аналитики для разработки стратегии сайта	Контрольная работа

Выполнение контрольного задания, контрольная работа, тестовое задание.

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы по дисциплине не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Занятия лекционного и семинарского типа	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
3	Выполнение лабораторных работ	Методические указания по выполнению лабораторных работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, лабораторные работы, проблемное обучение, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

10. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Алгоритмизация и программирование».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме тестовых заданий, контрольных вопросов, контрольных заданий, контрольной работы и **промежуточной аттестации** в форме вопросов и заданий к зачету и экзамену.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК-2.1 Демонстрирует способность осуществлять переговоры с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)	Контрольная работа, Контрольное задание 1,2 Вопросы для устного опроса по теме 1,2 Практическая работа 1	Вопрос на зачете 1-5
		Умеет анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять его ожидания и требования		
		Демонстрирует способность определения целей продвижения		
2	ИПК-2.2 Демонстрирует способность разрабатывать систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает систему инструментов интернет-маркетинга	Контрольная работа, Контрольное задание 3,4 Вопросы для устного опроса по теме 2,3,4 Практическая работа 2	Вопрос на зачете 6-17
		Умеет составлять систему показателей, необходимых и достаточных для анализа эффективности продвижения проекта		
		Демонстрирует способность использовать систему показателей для анализа эффективности продвижения проекта		
3	ИПК-2.3 Демонстрирует способность составлять стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает функционирование поисковых машин	Контрольная работа, Контрольное задание 5,6 Вопросы для устного опроса по теме 5,6 Практическая работа 3	Вопрос на зачете 18-27
		Умеет распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения		
		Демонстрирует способность разработки		

		этапов реализации стратегии продвижения		
4	ИПК-2.5 Демонстрирует способность контролировать реализацию стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	<p>Знает основы маркетинга</p> <p>Умеет планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>Демонстрирует способность выявления расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения</p>	<p>Контрольная работа,</p> <p>Вопросы для устного опроса по теме 7-9</p> <p>Практическая работа 4</p> <p>Тест</p>	Вопрос на зачете 28-30

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерный перечень вопросов для устного опроса

Тема 1

1. Что такое digital-стратегия, или стратегия интернет-маркетинга;
2. На каком этапе развития компании она нужна;
3. Из каких обязательных частей она состоит и на какие вопросы отвечает;
4. Как разработать стратегию, действуя пошагово;
5. Как внедрить стратегию в своей компании.

Тема 2

1. План разработки digital стратегии
2. Сбор и анализ ситуации и всех исходных данных
3. Перечислить KPI для сайта

Тема 3

1. Определение узких мест и ключевых точек изменений digital стратегии
2. Определение принципиальных тактик и инструментов достижения целей digital стратегии

Тема 4

1. Как анализировать источники трафика?
2. Откуда пришли посетители?
3. Какие существуют источники?
4. Как увеличить поток трафика на сайт и улучшить его качество?

Тема 5

1. Какие могут быть показатели Google Analytics?
2. Характеристика интерфейса
3. Характеристика отчетов
4. Характеристика сводок

Тема 6

1. Яндекс.Метрика
2. Open Web Analytics.

3. StatCounter.
4. ReactFlow.
5. OWOX BI

Тема 7

1. Отличие UXD (User Experience Design) от UX
2. Задачи UI (User Interface)
3. Сравнительная характеристика CX- и UX-анализа

Тема 8

1. Как оптимизировать эргономику сайта с помощью A/B-тестов?
2. Как адаптировать путь клиента для каждого сегмента с помощью персонализации?

Тема 9

1. Характеристика OWOX BI
2. Характеристика Sisense
3. Характеристика Canecto
4. Характеристика Matomo
5. Характеристика GoodData
6. Характеристика Вердикт

Примерный перечень контрольных заданий

Тема 1

Контрольное задание 1

Разработать стратегию интернет-маркетинга для выбранной предметной области

Тема 2

Контрольное задание 2

Разработать метрики и KPI сайта для выбранной предметной области

Тема 3

Контрольное задание 3

Разработать стратегию интернет-маркетинга для выбранной предметной области на основе KPI сайта

Тема 4

Контрольное задание 4

Определить источники трафика сайта для выбранной предметной области

Тема 5

Контрольное задание 5

Представить веб-аналитику на основе Google Analytics сайта для выбранной предметной области

Тема 6

Контрольное задание 6

Представить веб-аналитику сайта для выбранной предметной области на основе Яндекс.Метрика

Контрольная работа

1. Выбрать предметную область для контрольных работ, дать ее краткую характеристику.
2. Разработать такую digital-стратегию предметной области:
 - a. Метрики и KPI сайта
 - b. Представить характеристику трафика сайта
3. Разработать модели digital-стратегии предметной области:
 - a. UI (User Interface) сайта
 - b. IA (Information Architecture) сайта
 - c. IxD (Interaction Design) сайта
 - d. UXE (User Experience Ecosystem) сайта
4. Оформить единый отчет согласно данным методическим указаниям.
5. Отправить преподавателю электронную версию единого отчета для проверки.
6. Внести исправления, если таковые получены от преподавателя.
7. Распечатать отчет, подписать титульный лист, сшить отчет. Сформировать электронный архив материалов по проекту, отправить архив преподавателю.

Критерии оценки контрольных работ

Единый отчет по двум контрольным работам, выполненным командой студентов, передается для оценки преподавателю.

Оценка контрольных работ осуществляется с учетом следующих групп критериев:

- критериев оценки отчета по содержанию, включая оценку соответствия содержания работ заявленной теме, заданию, соответствия содержания разделов их названию, самостоятельности в изложении, качества введения, основных разделов отчета, заключения, качества подбора используемых источников;
- формальных критериев, связанных с соблюдением требований к оформлению отчета по контрольным работам.

Перечень предметных областей по вариантам

1. Страховая компания
2. Гостиница
3. Ломбард
4. Компания оптово-розничной продажи товаров
5. Рекрутинговое агентство
6. Нотариальная контора
7. Фирма по продаже запчастей
8. Туристическая фирма
9. Грузовые перевозки
10. Телекоммуникационная компания
11. Библиотека
12. Фирма по прокату автомобилей
13. Коммерческий банк (кредитование юридических и физических лиц)
14. Коммерческий банк (работа с вкладами физических лиц)
15. Театр
16. Платная поликлиника
17. Услуги по предоставлению складских помещений
18. Строительная компания
19. Фирма по ремонту
20. Консалтинговая компания

21. Разработка и продажа ПО (ИС)
22. Интернет-магазин
23. Ювелирная мастерская (ремонт и изготовление ювелирных изделий)
24. Образовательное учреждение
25. Салон красоты

Тест примеры заданий

1. У каждого параметра и показателя своя область действия, которая связана с уровнем иерархии аналитических данных (пользователь, сеанс, обращение). В большинстве случаев в отчетах стоит объединять только параметры и показатели с одинаковой областью действия. Что из перечисленного является допустимым сочетанием параметра и показателя? Выберите правильный вариант:

- а. Сеанс (показатель)/страница (параметр)
- б. Показатель отказов (показатель)/действие по событию (параметр)
- в. Сеансы (показатель)/город (параметр)
- г. Все ответы верны

2. Верно ли, что если вы обновили код отслеживания, заменив его на analytics.js, то для отслеживания субдоменов не требуется дополнительная настройка? Выберите правильный вариант:

- а. Верно. Использую analytics.js, можно отслеживать домен и субдомены без дополнительной настройки.
- б. Неверно. Необходимо настроить междоменное отслеживание.

3. Какой инструмент анализа лучше использовать для проведения сравнения между посетителями, совершавшими и не совершавшими конверсии? Выберите правильный вариант:

- а. Фильтры представлений
- б. Расширенные сегменты
- в. Фильтры отчетов
- г. Специальные параметры

4. Что из перечисленного помешает зарегистрировать конверсию типа «Переход по URL»? Выберите правильный вариант:

- а. Неправильная запись URL в определении цели
- б. Неправильный тип соответствия в определении цели
- в. Отсутствие целей типа «Переход по URL»
- г. Все ответы верны

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

1. Общая аналитика.
2. Пользователи (посетители).
3. Сеанс (визит).
4. Просмотры страниц (глубина просмотра).
5. Показатель отказов.
6. Цель. Конверсия
7. Стратегия Digital маркетинга.
8. Определение текущей ситуации и проблемы (или проблем), из-за которых цели не достигаются.
9. Принципиальная схема решения проблем; набор ключевых действий, которые необходимы для достижения целей.
10. План разработки digital стратегии

11. Поисковый (органический) трафик.
12. Рекламный (платный) трафик: баннеры, медийная реклама, контекстная реклама
13. партнёрки, таргетинг, CPA-сети, тизерные сети.
14. Direct – прямые переходы.
15. Social – трафик из социальных сетей.
16. Referral — переходы по ссылкам с других ресурсов.
17. Параметры Google Analytics, показатели Google Analytics: Количество сеансов (сессий) и процент новых, CTR, процент отказов, количество выполненных целей и доход с них, время загрузки страницы.
18. Интерфейс.
19. Отчеты.
20. Сводки (dashboards).
21. Ярлыки (shortcuts).
22. Оповещения (intelligence events).
23. Google Analytics.
24. Яндекс.Метрика.
25. Open Web Analytics.
26. StatCounter.
27. ReactFlow.
28. UX, UI, CX, UXD, IxD: Компонентный анализ терминов
29. A/B-тестирование, персонализация и предиктивный таргетинг: 3 уровня оптимизации пользовательского опыта
30. Реализация расширенной аналитики: Big Data, Machine Learning и дополненное управление данными

Критерии оценивания результатов обучения

Критерии оценивания по зачету:

«зачтено»: студент владеет теоретическими знаниями по данному разделу, знает принципы digital-стратегии, допускает незначительные ошибки; студент умеет правильно разрабатывать показатели digital-стратегия, реализует программу на основе инструментов веб-аналитики.

«не зачтено»: материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры по темам, связанным с принципами digital-стратегии, довольно ограниченный объем знаний, не позволяющий разрабатывать показатели digital-стратегия в рамках изученных тем.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление

информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Александрова, Е.Н. Менеджмент : учебное пособие / Е. Н. Александрова, А. К. Кочиева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. - Краснодар : Кубанский государственный университет, 2019. - 171 с.

2. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для академического бакалавриата / Э. М. Коротков. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 566 с. - <https://www.biblio-online.ru/bcode/431744>.

3. Менеджмент : учебник и практикум академического бакалавриата : учебник и практикум для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям : учебник по направлению "Менеджмент" : в 2 ч. Ч. 2 / под общей редакцией И. Н. Шапкина. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2018. - 313 с. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-534-04627-4. - ISBN 978-5-534-04626-7 : 146 р. - Текст : непосредственный.

5.2. Периодическая литература

1. Вестник военного образования [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/72249>

2. Информатизация и связь.- Режим доступа: <https://www.kubsu.ru/ru/node/15554>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ»<https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley<https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ)<http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН<http://archive.neicon.ru>

7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ)) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы

КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru/>;
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>

5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Лекции переставляют собой изложение материала инвариантного по отношению к решаемым на лабораторных занятиях задачам. Предлагаемый материал содержит обоснование применения того или иного метода, сценария или подхода.

Лабораторные занятия позволяют научить студента решать конкретные задачи, связанные с реализацией предлагаемых в лекционном материале подходов на реальных актуальных данных с использованием современных вариантов необходимого ПО.

Во время подготовки к *лабораторным занятиям* студенту следует обратиться к сформулированным к каждому модулю / теме соответствующим вопросам и заданиям. Зная тему лабораторного занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно. Для эффективной подготовки студенту необходимо иметь методическое руководство к лабораторному занятию. В предлагаемых планах проведения занятий задания для самостоятельной работы студентов выступают в качестве домашнего задания, обязательного для выполнения.

Лабораторные занятия организуются так, чтобы постоянно ощущалось нарастание сложности выполняемых заданий, испытывались положительные эмоции от переживания собственного успеха в учении, напряженной творческой работы, поиска правильных и точных решений.

Большое значение имеют индивидуальный подход и продуктивное педагогическое общение.

Обучаемые получают возможность раскрыть и проявить свои способности, свой личностный потенциал. Поэтому при разработке заданий и плана занятий преподавателю необходимо учитывать уровень подготовки и интересы каждого студента группы, выступая в роли консультанта и не подавляя самостоятельности и инициативы студентов.

На вводном занятии студентам предлагается объяснение концепции изучения дисциплины в течение семестра и допуске к экзамену. Основным постулатом такой концепции изучения дисциплины является постановка перед студентами задач по выполнению каждого вида предложенных работ.

Обязательным условием является выполнение каждым студентом всех видов внеаудиторных работ в течение семестра. Студенты, которые не допущены к экзамену, должны подготовить дополнительные работы.

На итоговом занятии необходимо резюмировать итоги изучения дисциплины в группе. На этом занятии отмечаются лучшие студенты по различным критериям.

В часы, отведенные для самостоятельной работы, студенты обязаны выполнять индивидуальные задания, полученные на лабораторных занятиях.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения лабораторных работ Лаборатория информационных и управляющих систем 201Н Лаборатория экономической информатики 202Н Лаборатория управления в технических системах 207Н	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютеры, ноутбуки Оборудование: ПК, Терминальные станции, Усилитель автономный беспроводной Типовой комплект учебного оборудования "Теория автоматического управления", Презентации и плакаты Усилитель автономный беспроводной с микрофоном	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus 1С: Предприятие 8 SPSS Statistics Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

	электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
--	--	--