

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 09.06.2026 20:14:41
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДЭ.09.02 Маркетинг средств информатизации
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.05 Бизнес-информатика
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Бизнес-аналитика
(наименование образовательной программы)

Очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора – 2026

Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Васильева Татьяна Владимировна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры бизнес-информатики

Заведующий кафедрой :

Наумов Владимир Николаевич, доктор военных наук, профессор, заведующий кафедрой бизнес-информатики

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДЭ.09.02 Маркетинг средств информатизации одобрена на заседании кафедры бизнес-информатики факультета экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС.

протокол № 06 от «26» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.02 Маркетинг средств информатизации обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции**	Наименование компетенции**	Код индикатора достижения компетенций**	Наименование индикатора достижения компетенций**	Образовательный результат**
А/03.6 Управление ИТ-проектами	ПКС-1	Способен управлять ресурсами ИТ, инфраструктурой, информационной безопасностью, качеством ИТ	ПКС-1.3	Применяет знания стандартов менеджмента качества, сводов знаний в ИТ-отрасли при управлении ресурсами ИТ на различных этапах жизненного цикла ИС	ПКС-1.3. 3-1. Знает международные и отечественные стандарты, лучшие практики и фреймворки по управлению проектами ПКС-1.3. У-1. Умеет осуществлять руководство ИТ-проектами; ПКС-1.3. У-3. Умеет осуществлять мониторинг и контроль управления ИТ-проектами
С/02.6 Разработка, согласование и контроль реализации бизнес-планов, ценовой политики и стратегии развития серии ИТ-продуктов	ПКС-2	Способен управлять линейкой продуктов и группой их менеджеров, анализировать результаты технологических исследований, разрабатывать бизнес-планы развития серии продуктов	ПКС-2.2	Демонстрирует умение анализировать результаты технологических исследований, разрабатывать бизнес-планы развития серии продуктов	ПКС-2.2. 3-1. Знает Теорию стратегического управления ПКС -2.2. У-1. Умеет разрабатывать бизнес-планы

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы/108 академических часов.

Общий объем контактной работы составляет 42 ак. часа. Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 16 ак. час на лекции и 24 ак. час на практические занятия, 9 ак. часа на Каттэк. 59 ак. часа на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ). Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Дисциплина Б1.В.ДЭ.09.02 Маркетинг средств информатизации относится к вариативной части дисциплин по выбору направления подготовки специалистов 38.03.05 «Бизнес-информатика». Изучается дисциплина в 8-ом семестре очной формы обучения (второй семестр 4-го курса)

Формой промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом является зачет с оценкой.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)							
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Катт эк	К о н т р о л ь	СРкр		СРэк
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ											
Тема 1	Инструменты и методы маркетинга средств информатизации	24	4		4					2			14	Т, ПКЗ
Тема 2	Анализ текущего состояния рынка и анализ спроса	28	4		8					2			15	Т, ПКЗ
Тема 3	Применение программных продуктов фирмы Vitrix24 для разработки интернет-проекта и оценки эффективности его функционирования	24	4		4					2			15	Т, ПИЗ

Тема 4	Риски интернет-компаний и способы их минимизации	30	4			8				3			15	Т, ПИЗ
Промежуточная аттестация		9								9				Зачет с оценкой
Итого		108	16			24				9			59	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

Т – тестирование.

ПКЗ – практические контрольные задания.

ПИЗ – профессионально-исследовательские задания.

В процессе обучения применяются следующие интерактивные формы: лекция-диалог, работа в малых группах.

Темы 1-4 могут быть освоены с применением ЭО и ДОТ с контролем в системе электронного обучения Академии.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Инструменты и методы маркетинга средств информатизации (ПКС-1.3, ПКС-2.2)

Система управление маркетингом на предприятии. Структура управления маркетингом, функциональная диаграмма. Активный и реактивный контуры управления маркетингом. Бизнес-аналитика: сущность, инструменты, методы и средства. Управление изменениями. Управление IT-инфраструктурой. Искусственный интеллект как инструмент управления электронным предприятием.

Тема 2. Анализ текущего состояния рынка и анализ спроса (ПКС-1.3, ПКС-2.2)

Ценность информационного продукта. Критерии классификации требований потребителей. Индекс удовлетворенности потребителя. Восприятие, ожидание и лояльность клиента как результат удовлетворенности. Инструменты SEO. Ссылочные биржи. Методы внутренней поисковой оптимизации. Семантическое ядро. Адаптация под мобильные устройства. HTML, CSS-валидация. Статистические и динамические внешние факторы

Рынок IT-компаний: мировые и российские особенности. Интернет-компании как электронные предприятия современной экономики.

Тема 3. Применение программных продуктов фирмы Bitrix24 для разработки интернет-проекта и оценки эффективности его функционирования (ПКС-1.3, ПКС-2.2)

Особенности функционирования интернет-компаний. Факторы, оказывающие влияние на функционирование интернет-компаний. Принципы организации предпринимательской деятельности на рынке IT-продуктов и услуг. Основы организации интернет-магазина на рынке IT-продуктов и услуг. Основные характеристики этапов разработки и внедрения веб-сайта интернет-компаний на рынке IT-продуктов и услуг.

Битрикс24: Управление сайтом — система управления контентом веб-проекта (CMS) от российской компании «Битрикс24». «Битрикс24: Управление сайтом» : Интернет-магазины; Корпоративные сайты; Информационные порталы; Страницы сообществ, форумы; Рекламные лендинги.

Общая характеристика этапов оценки эффективности электронного предприятия. Основные показатели оценки эффективности функционирования электронного предприятия

Тема 4. Риски интернет-компаний и способы их минимизации (ПКС-1.3, ПКС-2.2)

Интернет-риски: сущность, классификация, последствия и способы снижения. Инструменты управления рисками в интернете. Методы анализа рисков работы интернет-магазина.

Урегулирование конфликтных ситуаций в Сети. Борьба с негативным контентом. SERM – поисковое управление репутацией компании в социальных сетях и блогах. Создание и продвижение положительных отзывов о товарах и услугах. Размещение пресс-релизов и статей. SEO-консалтинг: продвижение компании в поисковых системах.

Основные требования к качественному контенту. Увеличение скорости работы сайта. Факторы, понижающие рейтинг веб-сайта.

Бизнес-план разработки веб-сайта. Работа с системами веб-аналитики как важный фактор минимизации рисков интернет-компаний

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.ДЭ.09.02 Маркетинг средств информатизации входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов. Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных. Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор. Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ. В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, АЗ или Б2). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1-4 или А-Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, ВАБ или 142). 	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа

Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none">1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.2. Продумать логику и полноту ответа.3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	Ответ считается верным: <ol style="list-style-type: none">1. Отсутствие фактических ошибок.2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).4. Логическая последовательность излагаемого материала.
--	--	---	---

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно		Не зачтено	F

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

T – тестирование, ПКЗ – практические контрольные задания, ПИЗ – профессионально-исследовательские задания.

Тема 1. Инструменты и методы маркетинга средств информатизации (ПКС-1.3, ПКС-2.2)

Тестовые задания:

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных

Сценарий выполнения:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или B).

Какой из секторов реализует товары и услуги через электронные магазины?

- a. B2B
- b. B2C
- c. B2E
- d. C2G

Тестовые задания:Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных

Сценарий выполнения:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Электронная коммерция является составной частью:

- a. Электронного бизнеса;
- b. Интернет рекламы;
- c. Интернет –предпринимательства
- d. нет верного ответа.

Задание закрытого типа на установление соответствия

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).

Установите соответствие между понятиями и определениями.

1) разработанные предприятием оборудование и инструмент, применяющиеся при производстве товарной продукции внутри предприятия и не выходящие за его пределы	a) –Новаторы
2) Они выступают генераторами научно–технических знаний. Это могут быть индивидуальные изобретатели, научные и исследовательские организации, малые научные предприятия. Они заинтересованы в получении дохода от продажи разработанного ими интеллектуального продукта, который со временем может стать инновацией	b) – продуктовые инновации
3) Производственные фирмы, первыми освоившие новшество, используя интеллектуальный продукт новаторов. Они стремятся к получению сверхприбыли путем скорейшего продвижения инновации на рынок	c) – Фирмы - Пионеры

ПКЗ по теме 1:

Выберите одну из популярных российских платежных систем. Охарактеризуйте ее по следующим критериям:

- характеристика банка;
- виды платежных инструментов (кредитные карты, электронные кошельки и т.д.);
- схемы оплаты с использованием кредитных карт, электронных кошельков;
- перечень услуг для физических и юридических лиц;
- тарифы основных видов услуг;
- алгоритм открытия счета.

Характеристику представьте в виде блок-схемы или ментальной карты. Задание можно выполнять в малых группах.

Тема 2. Анализ текущего состояния рынка и анализ спроса (ПКС-1.3, ПКС-2.2)*Тестовые задания по теме 2*

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных

Сценарий выполнения:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Назовите протокол передачи почтовых сообщений. Контролирует целостность доставки.

Варианты ответа:

1. SMTP (Simple Mail Transfer Protocol)
2. POP3 (Post Office Protocol Version3)
3. IMAP (Internet Mail Access Protocol)
4. HTTP (Hyper Text Transfer Protocol)

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных

Сценарий выполнения:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Определите год, когда частным лицам и компаниям был разрешен доступ в сеть Интернет

1. 1969 г.
2. 1983 г.
3. 1993 г.
4. 1949 г.

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных

Сценарий выполнения:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Определите последовательность взаимодействия пользователя с операционной системой:

- 1) пользователь отдает команду через меню;
- 2) ОС возвращается в состояние ожидания следующей команды пользователя;
- 3) ОС находится в состоянии ожидания команды пользователя;
- 4) ОС исполняет команду или сообщает о невозможности выполнения

ПКЗ по теме 2:

1 Раскройте сущность ИТІЛ (Information Technology Infrastructure Library)

2. Охарактеризуйте ключевые аспекты ИТІЛ

Представьте себе службу поддержки в компании. С помощью ИТІЛ они могут:

Управлять инцидентами:

Если у пользователя не работает принтер, служба поддержки, следуя принципам ИТІЛ, сначала регистрирует проблему, затем попытается решить её, а если не получится, эскалирует её до более опытного специалиста.

Управлять запросами на изменения:

Если ИТ-отдел хочет установить новое программное обеспечение, он будет следовать процедурам ИТІЛ для планирования, согласования и внедрения изменения, минимизируя риски для работы других сервисов.

Использовать базу знаний:

Они могут создать базу данных с готовыми решениями (база знаний), чтобы быстро отвечать на часто задаваемые вопросы пользователей и ускорить решение типовых проблем.

3. Каковы 5 этапов ИТІЛ?

4. Какие есть примеры ИТSM-процессов?

5. Пример. ИТ-компания предоставляет облачный сервис. Что важно клиенту? Что здесь «полезность» и что «гарантия»?

Тема 3. Применение программных продуктов фирмы Bitrix24 для разработки интернет-проекта и оценки эффективности его функционирования (ПКС-1.3, ПКС-2.2)

Тестовые задания:

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных

Сценарий выполнения:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Исследование поведения людей в магазине предполагает следующую форму наблюдения?

- а) лабораторную
- б) кабинетную
- в) полевую
- г) все ответы верны

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных

Сценарий выполнения:

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Укажите фактор микросреды:

- а) возрастная структура населения
- б) посредники
- в) экономическое положение страны
- г) природные ресурсы страны

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных

Сценарий выполнения:

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Укажите фактор макросреды:

- а) контактные аудитории
- б) посредники
- в) экономическое положение страны
- г) поставщики

ПИЗ по теме 3:

Выберете предприятие электронного бизнеса для анализа и проиллюстрируйте на его примере изученные в курсе теоретические аспекты в соответствии с предложенными ниже заданиями.

Анализ проводится на основе веб-сайта компании, так и ряда информационных материалов, характеризующих деятельность компании.

Каждое задание необходимо начинать с краткого описания деятельности выбранного предприятия.

Задание 1

- каким образом предприятие реализует каждый из принципов;
- насколько полно используются возможные механизмы реализации принципов;
- какие еще действия можете предложить для более полной реализации каждого из принципов.

Задание 2. Выберите принципы электронного бизнеса, которые нереализуемы или труднореализуемы в традиционном бизнесе. Ответ поясните.

Задание 3. Рассмотрите примеры внедрения инноваций предприятиями электронного бизнеса.

Тема 4. Риски интернет-компаний и способы их минимизации (ПКС-1.3, ПКС-2.2)

Тестовые задания:

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных

Сценарий выполнения:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Организация, придерживающаяся производственной концепции маркетинга, основное внимание уделяет ...

- а) повышению качества продукции
- б) стимулированию сбыта продукции
- в) увеличению объемов производства
- г) изучению запросов покупателей

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных

Сценарий выполнения:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Каким образом, согласно маркетинговой концепции, компании добиваются конкурентного преимущества?

- а) путем инвестирования в разработку товаров, больше чем конкуренты.
- б) путем инвестирования в обучения продавцов.
- в) путем инвестирования в рекламу товаров, больше чем конкуренты.
- г) путем разработки предложений, которые удовлетворяют нужды целевых потребителей в большей мере, чем предложения конкурентов.

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных

Сценарий выполнения:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Основной комплекса маркетинга является?

- а) макросреда
- б) микросреда
- в) модель 4Р
- г) субъекты маркетинга

ПИЗ по теме 4:

Составьте ассоциативный ряд поисковых запросов для веб-сайта, занимающегося продажей сотовых телефонов в Санкт-Петербурге. У магазина есть оффлайнное представительство, расположенное по адресу пр. Каменноостровский, 33.

Ключевое слово/тематика сайта	Rate 1	Rate 2

Выявите на основе семантического ядра открытых и скрытых конкурентов, проведите исследование их деятельности

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):
приведены в п.б.2.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины. Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ - 1	100	0,15	15
КТ - 2	100	0,15	15
КТ- 3	100	0,15	15
КТ - 4	100	0,15	15
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ-1**Тема 1.**ТестированиеПрактическое контрольное задание (ПКЗ)**КТ-2****Тема 2.**ТестированиеПрофессионально-исследовательское задание (ПКЗ)

КТ-3**Тема 3.**ТестированиеПрофессионально-исследовательское задание (ПИЗ)**КТ-4****Тема 4.**ТестированиеПрофессионально-исследовательское задание (ПИЗ)

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. *Критерии оценивания тестирования:*

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Количество правильных ответов</i>	0	Количество правильных ответов менее 55%
	25	Количество правильных ответов от 55% до 64%
	50	Количество правильных ответов от 65% до 74%
	75	Количество правильных ответов от 75% до 84%
	100	Количество правильных ответов от 85% до 100%
Итого максимально:	100	

2. *Критерии оценивания ПКЗ:*

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие выбранных понятий</i>	41-70	Детальное, последовательное описание всех понятий на примере выбранной системы
	21-40	Поверхностное описание без привязки к выбранной системе
	0-20	Понятия раскрыты минимально или не раскрыты вовсе
<i>Количество выполненных заданий</i>	30	Количество выполненных заданий от 85% до 100%
	15	Количество выполненных заданий от 55% до 84%
	0	Количество выполненных заданий менее 55%
Итого максимально:	100	

3. Критерии оценивания ПИЗ:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие выбранных понятий</i>	31-50	Детальное, последовательное описание всех понятий на примере выбранной системы
	16-30	Поверхностное описание без привязки к выбранной системе
	0-15	Понятия раскрыты минимально или не раскрыты вовсе
<i>Достоверность и актуальность информации</i>	16-20	Представленная информация подтверждена ссылками на источники
	0-15	Представленная информация частично подтверждена ссылками на источники или не подтверждена
<i>Количество выполненных заданий</i>	30	Количество выполненных заданий от 85% до 100%
	15	Количество выполненных заданий от 55% до 84%
	0	Количество выполненных заданий менее 55%
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения задач открытого типа (ПКЗ, ПИЗ), тестовых заданий студенту разрешается использование ноутбука с выходом в сеть Интернет, применение онлайн-инструментов и сервисов, а также ресурсов библиотеки СЗИУ РАНХиГС.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме зачет с оценкой.

Зачет с оценкой проводится в письменной форме. Обучающийся получает экзаменационный билет с вариантами 2-х заданий различного типа. На выполнение заданий дается 40-60 минут. По завершении подготовки необходимо представить ответы в письменном виде, подробно изложив ход выполнения задания, сделать выводы (*при необходимости*).

При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы: устно в ДОТ - в форме обоснованных ответов на задания различного типа; письменно в СДО - в форме письменного решения заданий различного типа; тестирование в СДО.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Вопросы для подготовки к зачету с оценкой.

1. Сущность маркетинга средств информатизации
2. Выбор бизнес-модели
3. Определение ценности продукта
4. Инструменты ценообразования в ИТ-отрасли
5. Выбор каналов распределения ИТ-продукта
6. Бизнес-аналитика: сущность, инструменты, методы и средства.
7. Выбор каналов коммуникации
8. Инструменты маркетинга ИТ-продуктов и услуг: таргетирование, событийный маркетинг, работа с репутацией, разработка видеоконтента,
9. Метрики оценки эффективности маркетинга средств информатизации: кликабельность рекламы (CTR), стоимость одного клика (CPC), стоимость целевого действия (CPA), цена за тысячу (CPM), стоимость одного клиента (CAC), стоимость одной продажи (CPO), коэффициент удержания клиентов (CRR), индекс лояльности (NPS), коэффициент возврата инвестиций (ROI).
10. Искусственный интеллект как инструмент управления цифровой маркетинговой информационной системой предприятия.
11. Ключевые параметры и идея сторителлинга. Основная аудитория сторителлина.
12. SERM – поисковое управление репутацией компании в социальных сетях и блогах
13. Ценность информационного продукта.
14. Критерии классификации требований потребителей.
15. Индекс удовлетворенности потребителя. Восприятие, ожидание и лояльность клиента как результат удовлетворенности
16. SEO-консалтинг: продвижение компании в поисковых системах
17. Инструменты SEO
18. Интерпретация коэффициента удержания клиентов (CRR)
19. Методы повышения коэффициента удержания клиентов (CRR)
20. Принципы и этапы анализа отзывов клиентов для повышения коэффициента удержания клиентов (CRR)
21. Алгоритм применения Sentiment Analysis (анализа тональности)
22. Методы определения Sentiment Analysis
23. Инструменты для Sentiment Analysis: нейросети, модели машинного обучения, программы
24. Факторы, оказывающие влияние на функционирование интернет-компаний.
25. Принципы организации предпринимательской деятельности на рынке ИТ-продуктов и услуг.
26. Основные характеристики этапов разработки и внедрения веб-сайта интернет-компаний на рынке ИТ-продуктов и услуг.
27. Критерии определения эффективности выбранных инструментов интернет-продвижения.
28. Организация и планирование рекламной кампании в Интернете
29. Виды рекламных кампаний в Интернете. Медийная и контекстная реклама. Социальный маркетинг в Интернете. Сервисы контекстной рекламы. Рекламный видеоконтент.
30. Каналы интернет-продвижения.
31. SMM маркетинг. Система управление маркетингом на предприятии.
32. Структура управления маркетингом, функциональная диаграмма. Активный и реактивный контуры управления маркетингом.
33. Бизнес-аналитика: сущность, инструменты, методы и средства.

34. Управление изменениями. Управление IT-инфраструктурой.
35. Искусственный интеллект как инструмент управления электронным предприятием.
36. Особенности функционирования интернет-компаний. Факторы, оказывающие влияние на функционирование интернет-компаний. Принципы организации предпринимательской деятельности на рынке IT-продуктов и услуг.
37. Организация и планирование рекламной кампании в Интернете. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете. Скрытый маркетинг.
38. SERM – поисковое управление репутацией компании в социальных сетях и блогах.
39. Создание и продвижение положительных отзывов о товарах и услугах. Размещение пресс-релизов и статей.
40. Урегулирование конфликтных ситуаций в Сети. Борьба с негативным контентом.
41. SEO-консалтинг: продвижение компании в поисковых системах.
42. Инструменты SEO. Ссылочные биржи. Покупка и обмен ссылками. Методы внутренней поисковой оптимизации.
43. Основные требования к качественному контенту. Увеличение скорости работы сайта.
44. Семантическое ядро: сущность, этапы разработки. Интернет-сервисы
45. Методы внешней поисковой оптимизации.
46. Факторы, понижающие рейтинг веб-сайта.
47. Интернет-риски: сущность, классификация, последствия и способы снижения. Инструменты управления рисками в интернете.
48. Бизнес-план разработки веб-сайта.
49. Вопросы оценки эффективности работы веб-сайта.
50. Информатизация предприятий с использованием программных продуктов фирмы Bitrix24
51. Битрикс24: Управление сайтом — система управления контентом веб-проекта (CMS) от российской компании «Битрикс». «Битрикс24: Управление сайтом» : Интернет-магазины; Корпоративные сайты; Информационные порталы; Страницы сообществ, форумы; Рекламные лендинги.
52. «Битрикс24: Управление сайтом» - набор инструментов для продвижения веб-проектов: E-mail маркетинг; Инструменты коммуникации с клиентами; Веб-формы; Опросы; Веб-аналитика; 1С-Битрикс BigData; A/B тестирование; SEO модуль; Подписки, рассылки; Социальные сервисы.
53. Анализ эффективности маркетинговых коммуникаций в Интернете. Понятие конверсии сайта и ее определение. Web-usability. Способы привлечения внимания потребителей к сайту организации.
54. Современное представление о веб-аналитике. Работа с системами веб-аналитики
55. Анализ подходов к оценке эффективности уровня информатизации предприятий с использованием программных продуктов фирмы Битрикс24
56. Интернет-риски: сущность, классификация, последствия и способы снижения. Инструменты управления рисками в интернете.
57. Методы анализа рисков работы интернет-магазина.

Типовые задания для зачета с оценкой.

1. Составьте ассоциативный ряд поисковых запросов для веб-сайта, занимающегося продажей сотовых телефонов в Санкт-Петербурге. У магазина есть оффлайн-магазин, расположенный по адресу пр. Московский 44.

Ключевое слово/тематика сайта	Rate 1	Rate 2

2. На основе полученных данных в задании № 1 выявить даты регистрации доменных имен и первые посты в Интернете. Раскрыть сущность каждого из понятий.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	1. С названием какой компании связано начало развития электронной коммерции: а) сеть ресторанов Pizza Hunt б) производственно-торговая группа компаний ИКЕА в) сеть ресторанов Mcdonald's
		2. Одно из преимуществ электронной коммерции для организаций: а) большой выбор товаров и услуг б) глобальный масштаб в) более дешевые продукты и услуги 3. Какое программное обеспечение может быть использовано для управления интернет-магазином: а) Microsoft Excel б) Apache в) 1С-Бирикс 4. Укажите важнейшие свойства информационной инновации: 1. является новым видом ресурса 2. является неисчерпаемой, в то время как другие ресурсы ограничены 3. является первичной по отношению к другим инновациям, так как в основе всего лежит информация 4. является быстро устаревающей 5. все ответы верны
Задание закрытого	1. Внимательно прочитать текст	1. Установите соответствие между понятиями и

<p>типа на установление соответствия</p>	<p>задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитайте оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</p> <p>3. Сопоставьте элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</p> <p>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</p>	<p>определениями.</p> <table border="1" data-bbox="850 215 1437 1111"> <tr> <td data-bbox="850 215 1233 398">1) разработанные предприятием оборудование и инструмент, применяющиеся при производстве товарной продукции внутри предприятия и не выходящие за его пределы</td> <td data-bbox="1233 215 1437 398">a) –Новаторы</td> </tr> <tr> <td data-bbox="850 398 1233 831">2) Они выступают генераторами научно–технических знаний. Это могут быть индивидуальные изобретатели, научные и исследовательские организации, малые научные предприятия. Они заинтересованы в получении дохода от продажи разработанного ими интеллектуального продукта, который со временем может стать инновацией</td> <td data-bbox="1233 398 1437 831">b) – продуктовые инновации</td> </tr> <tr> <td data-bbox="850 831 1233 1111">3) Производственные фирмы, первыми освоившие новшество, используя интеллектуальный продукт новаторов. Они стремятся к получению сверхприбыли путем скорейшего продвижения инновации на рынок</td> <td data-bbox="1233 831 1437 1111">c) – Фирмы - Пионеры</td> </tr> </table> <p>2. Установите соответствие между видами инноваций.</p> <table border="1" data-bbox="850 1205 1437 1854"> <thead> <tr> <th data-bbox="850 1205 1043 1272">Вид инновации</th> <th data-bbox="1043 1205 1437 1272">Описание</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="850 1272 1043 1525">1.Системные</td> <td data-bbox="1043 1272 1437 1525">a) предприятие, выпускающее компьютеры, разрабатывает для них улучшенное программное обеспечение и снабжает им потребителей этих компьютеров, то это предприятие осуществляет инновации ...</td> </tr> <tr> <td data-bbox="850 1525 1043 1666">2.Сервисные</td> <td data-bbox="1043 1525 1437 1666">b) новые функции путем объединения составных частей базисных инноваций новыми способами</td> </tr> <tr> <td data-bbox="850 1666 1043 1854">3.Процессные</td> <td data-bbox="1043 1666 1437 1854">c) разработанные предприятием оборудование и инструмент, применяющиеся при производстве товарной продукции внутри предприятия и не выходящие за его пределы</td> </tr> </tbody> </table>	1) разработанные предприятием оборудование и инструмент, применяющиеся при производстве товарной продукции внутри предприятия и не выходящие за его пределы	a) –Новаторы	2) Они выступают генераторами научно–технических знаний. Это могут быть индивидуальные изобретатели, научные и исследовательские организации, малые научные предприятия. Они заинтересованы в получении дохода от продажи разработанного ими интеллектуального продукта, который со временем может стать инновацией	b) – продуктовые инновации	3) Производственные фирмы, первыми освоившие новшество, используя интеллектуальный продукт новаторов. Они стремятся к получению сверхприбыли путем скорейшего продвижения инновации на рынок	c) – Фирмы - Пионеры	Вид инновации	Описание	1.Системные	a) предприятие, выпускающее компьютеры, разрабатывает для них улучшенное программное обеспечение и снабжает им потребителей этих компьютеров, то это предприятие осуществляет инновации ...	2.Сервисные	b) новые функции путем объединения составных частей базисных инноваций новыми способами	3.Процессные	c) разработанные предприятием оборудование и инструмент, применяющиеся при производстве товарной продукции внутри предприятия и не выходящие за его пределы
1) разработанные предприятием оборудование и инструмент, применяющиеся при производстве товарной продукции внутри предприятия и не выходящие за его пределы	a) –Новаторы															
2) Они выступают генераторами научно–технических знаний. Это могут быть индивидуальные изобретатели, научные и исследовательские организации, малые научные предприятия. Они заинтересованы в получении дохода от продажи разработанного ими интеллектуального продукта, который со временем может стать инновацией	b) – продуктовые инновации															
3) Производственные фирмы, первыми освоившие новшество, используя интеллектуальный продукт новаторов. Они стремятся к получению сверхприбыли путем скорейшего продвижения инновации на рынок	c) – Фирмы - Пионеры															
Вид инновации	Описание															
1.Системные	a) предприятие, выпускающее компьютеры, разрабатывает для них улучшенное программное обеспечение и снабжает им потребителей этих компьютеров, то это предприятие осуществляет инновации ...															
2.Сервисные	b) новые функции путем объединения составных частей базисных инноваций новыми способами															
3.Процессные	c) разработанные предприятием оборудование и инструмент, применяющиеся при производстве товарной продукции внутри предприятия и не выходящие за его пределы															
Задание закрытого	1.Внимательно прочитайте текст	1. Укажите важнейшие свойства информационной														

<p>типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>	<p>задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>инновации:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. является новым видом ресурса 2. является неисчерпаемой, в то время как другие ресурсы ограничены 3. является первичной по отношению к другим инновациям, так как в основе всего лежит информация 4. является быстро устаревающей 5. является медленно устаревающей <p>2. Что из перечисленного относится к основным признакам системности? а) подчинённость определенной цели; б) структурированность; в) взаимосвязанность частей; г) многофункциональность.</p> <p>3. По форме представления информация бывает 1) личная, массовая, специальная, секретная 2) визуальная, звуковая, тактильная, вкусовая 3) текстовая, графическая 4) числовая, звуковая</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>1. Определите последовательность взаимодействия пользователя с операционной системой: 1) пользователь отдает команду через меню; 2) ОС возвращается в состояние ожидания следующей команды пользователя; 3) ОС находится в состоянии ожидания команды пользователя; 4) ОС исполняет команду или сообщает о невозможности выполнения</p> <p>2. Расставьте в правильной последовательности основные этапы построения математических моделей: а) проверка адекватности модели; б) содержательное описание объекта; в) практическое использование модели; г) оптимизация модели; д) корректировка модели; е) формализация операций.</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>1. Верно ли утверждение: А) Компьютерная презентация – это электронный мультимедийный документ, который создают и используют для подачи информации широкой аудитории в наглядном и лаконичном виде. Б) Презентация – непубличный способ представления информации, наглядный и не очень эффективный. 1) верно только А + 2) верно только Б 3) оба утверждения верны 4) оба утверждения неверны Обоснуйте выбор</p> <p>2. Как называется свойство системы изменять поведение или структуру с целью сохранения, улучшения или приобретения новых качеств в условиях изменения внешней среды? Опишите это свойство на примере системы «онлайн школа». а) устойчивость; б) адаптируемость; в) эмерджентность; г) надежность.</p> <p>3. Мир, созданный техническими средствами,</p>

		<p>передаваемый человеку через его ощущения называется</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) искусственная среда 2) виртуальная реальность + 3) искусственный мир <p>Обоснуйте свой выбор и приведите примеры</p>
Задание открытого типа с развернутым ответом	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	1. Раскройте роль роль ИТ-менеджмента в бизнесе компании
		2. Раскройте перспективы развития электронного бизнеса в России

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	40
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	30-39
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	20-29
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения задач открытого типа (ПКЗ, ПИЗ), тестовых заданий студенту разрешается использование ноутбука с выходом в сеть Интернет, применение онлайн-инструментов и сервисов, а также ресурсов библиотеки СЗИУ РАНХиГС.

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Для изучения основных вопросов образовательной программы необходимо конспектировать материалы лекций, работать с рекомендованной преподавателем литературой, а также ресурсами информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Для приобретения навыков активного использования знаний полезно обсуждать плановые и возникающие вопросы, а также решаемые задачи на практических занятиях. Чтобы легче и прочнее усвоить материал следует постоянно использовать конкретные примеры, сравнения из уже полученных областей наук.

Для закрепления изученного материала даны вопросы по каждой теме дисциплины, на которые следует самостоятельно найти ответы.

Важной составной частью учебного процесса в институте являются практические занятия. Практические занятия проводятся главным образом по дисциплинам, требующим закрепления навыков решения задач, и помогают студентам глубже усвоить учебный материал, приобрести умения применять принципы системного подхода к решению разнообразных задач, определять и оценивать ресурсы и существующие ограничения разного рода проектов.

При подготовке к практическим занятиям необходимо проанализировать конспект лекции, ознакомиться с рекомендованной литературой по соответствующей теме, осуществить подготовку по рекомендованным в рабочей программе вопросам для обсуждения темы, выполнить домашнее задание (*при необходимости*).

Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю (в том числе по электронной почте). Планируя консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику. Кроме того, ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд методических материалов для быстрого повторения изученных вопросов, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

После изучения базовых тем курса проводится текущий контроль знаний студентов в виде опроса или письменного тестирования. Типовые тесты и задания по темам дисциплины приведены в специальном разделе данной рабочей программы.

Подготовка к текущему и промежуточному контролю предполагает изучение представленных вопросов к зачету, работу над тестами, представленными в данной рабочей программе, выполнение семестровой проектной работы по применению системного подхода и методов системного анализа к выбранной системе.

Работа в малых группах – это одна из самых популярных форм проведения занятий, так как она дает всем обучающимся (в том числе и стеснительным) возможность участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения (в частности, умение активно слушать, вырабатывать общее мнение, разрешать возникающие разногласия). Цель данной формы проведения занятий: продемонстрировать сходство или различия определенных явлений, выработать стратегию или разработать план, выяснить отношение различных групп участников к одному и тому же вопросу. В ходе этой работы дополнительно решаются следующие задачи: развитие навыков общения и взаимодействия в группе, формирование ценностно-ориентационного единства группы, поощрение к гибкой смене социальных ролей в зависимости от ситуации.

Группа студентов делится на несколько малых групп. Количество групп определяется числом творческих заданий, которые будут обсуждаться в процессе занятия. Малые группы формируются либо по желанию студентов, либо по родственной тематике для обсуждения. Каждая малая группа обсуждает творческое задание в течение отведенного времени. Основной этап – проведение обсуждения творческого задания. Заслушиваются суждения, предлагаемые каждой малой группой по творческому заданию. Преподаватель дает оценочное суждение и работе малых групп, по решению творческих заданий, и эффективности предложенных путей решения.

В качестве самостоятельной работы студентами выполняется семестровая работа по созданию творческого интернет-проекта. Перед выполнением задания выбранную творческого задания необходимо согласовать с преподавателем. При выполнении заданий по темам могут использоваться представленные студентом материалы по предыдущим темам. Выполненная семестровая работа представляется студентом (малой группой студентов) на открытой защите на промежуточной аттестации.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Интернет-маркетинг. : учебник для вузов / [О. Н. Жильцова, О. А. Артемьева, Д. А. Жильцов и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. - 2-е издание, переработанное и дополненное. - Москва : Юрайт, 2023. - 335 с. - Текст: электронный. - URL: <https://urait.ru/book/internet-marketing-510958>. - Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Рыжиков, Сергей Николаевич. Организация и осуществление интернет-маркетинга : учебник / С. Н. Рыжиков. - Москва : КноРус, 2026. - 200 с. - Текст: электронный. - URL: <https://book.ru/books/961406>. - Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / [О. Н. Жильцова, О. А. Артемьева, Д. А. Жильцов и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 335 с. - Текст: электронный. - URL: <https://urait.ru/book/tehnologiya-internet-marketinga-509167>. - Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4. Божук, Светлана Геннадьевна. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. - 2-е изд., испр. и доп.. - Москва : Юрайт, 2022. - 304 с. - Текст: электронный. - URL: <https://urait.ru/book/marketingovye-issledovaniya-490827> .

5. Твердохлебова, Мария Дмитриевна. Интернет-маркетинг : учебник / М. Д. Твердохлебова. - Москва: КНОРУС, 2022. - 190 с. - Текст: электронный. - URL: <https://book.ru/books/942450>

Все источники основной литературы взаимозаменяемы

8.2. Дополнительная литература

1. Васильева, Татьяна Владимировна. Инновационные технологии в современной экономике [Электронный ресурс] : учеб. пособие для бакалавров и магистров СЗИУ, направления подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика», 38.04.01 «Экономика» / Т. В. Васильева. - 4-е изд., перераб. и доп. - Электрон. дан. - СПб. : ИМЦ «НВШ-СПб», 2017. - 206 с. http://stor.nwipa.ru.idp.nwipa.ru/pdf/trudi_prepod/InnTexSovEc2017_VasilevaTV.pdf

2. Сухарев, Олег Сергеевич. Функциональный и интернет-маркетинг : монография / О.С. Сухарев, Н.В. Курманов, К.Р. Мельковская. - Москва : КУРС [и др.], 2024. - 345 с. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=436663#bib>. - Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: учебник / М.В. Акулич. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 352 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров).

4. Акулич, Иван Львович. Математическое программирование в примерах и задачах : учебное пособие / И.Л. Акулич. - Издание третье, стереотипное. - Санкт-Петербург [и др.] : Лань, 2021. - 347 с. : ил. - Текст: электронный. - URL: <https://e.lanbook.com/book/167896?category=917>

5. Васильева, Татьяна Владимировна. Инновационные технологии в современной экономике [Электронный ресурс] : учеб. пособие для бакалавров и магистров СЗИУ, направления подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика», 38.04.01 «Экономика» / Т. В. Васильева. - 4-е изд., перераб. и доп. - Электрон. дан. - СПб. : ИМЦ "НВШ-СПб", 2017. - 206 с. http://stor.nwipa.ru.idp.nwipa.ru/pdf/trudi_prepod/InnTexSovEc2017_VasilevaTV.pdf

6. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / [О. Н. Жильцова, О. А. Артемьева, Д. А. Жильцов и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 335 с. - Текст: электронный. - URL: <https://urait.ru/book/tehnologiya-internet-marketinga-509167>. - Режим доступа: для авторизир. пользователей.

7. Сковиков, Анатолий Геннадьевич. Цифровая экономика: Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие / А.Г. Сковиков. - Изд. 2-е, стер. - Санкт-Петербург [и др.]: Лань, 2021. - 258 с.: ил. - Текст: электронный. - URL: <https://e.lanbook.com/book/152653?category=1537>.

8. Кравченко, Татьяна Константиновна. Системы поддержки принятия решений : учебник и практикум для вузов / Т. К. Кравченко, Д. В. Исаев. - 2-е издание, переработанное и дополненное. - Москва : Юрайт, 2024. - 327 с. - Текст: электронный. - URL: <https://urait.ru/book/sistemy-podderzhki-prinyatiya-resheniy-508087> .

9. Сауткин, Владимир Николаевич. Рынки информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) и организация продаж : учебно-методическое пособие для бакалавров по специальности 38.03.05 «Бизнес информатика» / В. Н. Сауткин. - Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. - 108 с. - Текст: электронный. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/83940.html>

10. Инвестиции и инновации : учебник / В. Н. Щербаков, Л. П. Дашков, К. В. Балдин [и др.] ; под ред. В. Н. Щербакова. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2020. - 658 с. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/document?id=358134> . - Режим доступа: для авторизир. пользователей

10. Абрамов, Владимир Сергеевич. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [эконом. направлениям : в 2 ч.]. Ч. 2 :

Функциональные стратегии / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под ред. В. С. Абрамова ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России. - Электрон. дан. - Москва : Юрайт, 2018. - 246 с. - Текст: электронный. - URL: <https://urait.ru/book/87A2240B-97C9-474C-A3AE-33E19DC70D58> . - Режим доступа: для авторизир. пользователей

11. Адлер, Юрий Павлович. Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации : управление конфликтами - задача менеджмента : учебное пособие / Ю.П. Адлер. - Москва : МИСиС, 2020. - 102 с. : ил. - Текст: электронный. - URL: <https://e.lanbook.com/book/147969?category=1036> . - Режим доступа: для авторизир. пользователей

12. Абчук, Владимир Авраамович. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академ. бакалавриата [по эконом. направлениям : в 2 ч.]. Ч. 1 / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко ; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. - 3-е изд., испр. и доп. - Электрон. дан. - Москва : Юрайт, 2018. - 239 с. - Текст: электронный. - URL: <https://urait.ru/book/2248D3AE-4363-4D2E-B1BF-35DF848533BE> . - Режим доступа: для авторизир. пользователей

13. Рыбников А.И., Рыжко Н.А. Информационные системы управления производственной компанией: учебник для вузов - Москва: Издательство Юрайт, 2025. - 35 с. - (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-00623-0. — Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560486>

14. Астапчук В.А. Корпоративные информационные системы: требования при проектировании: учебник для вузов/В.А.Астапчук, П.В.Терещенко. -3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2025.—175 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-16715-3. - Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562833>

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Не используются

8.4 Интернет-ресурсы

Обучающимся обеспечен доступ к материалам курса в СДО Академии <http://lms.ranepa.ru>, а так же через сайт научной библиотеки к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «ZNANIUM.COM»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «BOOK.RU»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «IPR SMART»

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оснащенные персональным компьютером/ноутбуком и мультимедийным проектором
2.	Аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами и персональными компьютерами с выходом в Интернет для проведения практических и лекционных занятий
3.	МТС Линк — российская экосистема сервисов для бизнес-коммуникаций. Инструменты МТС Линк помогают работать обычным и удаленным командам: проведение встреч и совещаний, вебинаров, курсов и мероприятий, корпоративный мессенджер и онлайн-доски, конструктор форм и опросов
4.	«Яндекс Телемост» — сервис для видеоконференций от Яндекса; Я-мессенджер
5.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV; программы для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных; соответствующие онлайн-инструменты для построения дорожной карты
6.	Научная библиотека (в т.ч. электронные информационные ресурсы научной библиотеки)
7.	СДО Академии https://lms.ranepa.ru/