

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики и предпринимательства

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг и предпринимательство в сфере информационно-коммуникационных технологий

Уровень высшего образования
Магистратура

Направление подготовки / специальность
09.04.03 - Прикладная информатика

Направленность образовательной программы
Интернет-технологии в экономике

Форма обучения
очная, заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.01 Маркетинг и предпринимательство в сфере информационно-коммуникационных технологий относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-6: Способен управлять процессами и проектами по созданию (модификации) информационных ресурсов (сайт, портал) Интернет	<p>ПК-6.1: Способен использовать знание способов управления процессами и проектами по созданию (модификации) информационных ресурсов (сайт, портал) Интернет.</p> <p>ПК-6.2: Способен планировать и организовывать разработку процессов и проектов по созданию (модификации) информационных ресурсов (сайт, портал), применять инструментальные средства.</p> <p>ПК-6.3: Способен продемонстрировать практический опыт планирования и организации деятельности по созданию (модификации) информационных ресурсов (сайт, портал) Интернет.</p>	<p>ПК-6.1:</p> <p>Знать показатели веб-аналитики, стандартные и пользовательские отчёты яндекс.метрики, используемые в целях модификации сайтов;</p> <p>Уметь создавать стандартные и пользовательские отчёты яндекс.метрики в целях модификации сайтов;</p> <p>Владеть Навыками создания, стандартных и пользовательских отчётов веб-аналитики в целях модификации сайтов;</p> <p>ПК-6.2:</p> <p>Знать инструментальные средства создания, стандартных и пользовательских отчётов веб-аналитики в целях модификации сайтов;</p> <p>Уметь применять инструментальные средства создания стандартных и пользовательских отчётов веб-аналитики в целях модификации сайтов;</p> <p>Владеть навыками применения инструментальных средств создания стандартных и</p>	Задания	<p>Экзамен:</p> <p>Задачи</p> <p>Контрольные вопросы</p>

		<p>пользовательских отчётов вебаналитики в целях модификации сайтов</p> <p>ПК-6.3: Способен продемонстрировать практический опыт модификации сайтов на основе современных инструментальных средств мониторинга поведения пользователей, позволяющий совершенствовать сайты и бизнес-процессы</p>		
<p>ПК-7: Способен управлять интернет-проектами и компаниями, продвижением объектов в сети Интернет</p>	<p>ПК-7.1: Способен использовать знание способов управления интернет- процессами и проектами по продвижению объектов.</p> <p>ПК-7.2: Способен планировать и организовывать разработку интернет- процессов и проектов по продвижению объектов, применять инструментальные средства</p> <p>ПК-7.3: Способен продемонстрировать практический опыт планирования и организации деятельности по продвижению объектов в сети интернет.</p>	<p>ПК-7.1: Знать способы управления процессами в сфере интернет-маркетинга по продвижению компаний, товаров и услуг, сайтов</p> <p>Уметь Применять способы управления процессами в сфере интернет-маркетинга по продвижению компаний, товаров и услуг, сайтов</p> <p>Владеть Навыками применения способов управления процессами в сфере интернет-маркетинга по продвижению компаний, товаров и услуг, сайтов</p> <p>ПК-7.2: Знать методы и инструментальные средства моделирования процессов стратегического, тактического и операционного управления в сфере интернет-маркетинга; Уметь применять методы и инструментальные средства моделирования процессов стратегического, тактического и операционного управления в сфере интернет-маркетинга; Владеть</p>	Задания	<p>Экзамен: Задачи Контрольные вопросы</p>

		<p>Навыками применения методов и инструментальных средств моделирования процессов стратегического, тактического и операционного управления в сфере интернет-маркетинга</p> <p>ПК-7.3: Способен продемонстрировать практический опыт практического использования методов и инструментальных средств моделирования процессов стратегического, тактического и операционного управления в сфере интернет-маркетинга</p>		
<p>ПК-8: Способен проектировать информационные процессы и системы с использованием инновационных инструментальных средств</p>	<p>ПК-8.1: Способен использовать современные технологии проектирования информационных процессов и систем</p> <p>ПК-8.2: Способен применять инновационные инструментальные средства при проектировании информационных процессов и систем</p> <p>ПК-8.3: Способен продемонстрировать практический опыт проектирования информационных процессов и систем с использованием инновационных инструментальных средств.</p>	<p>ПК-8.1: Знать способы штрихового кодирования в системах российской и международной электронной коммерции; задачи и проекты цифровизации в сфере растениеводства агрохолдинга современные бизнес-модели компаний сферы интернет-услуг; основы мониторинга деятельности в сфере ИКТ</p> <p>Уметь использовать способы штрихового кодирования в системах российской и международной электронной коммерции; задачи и проекты цифровизации в сфере растениеводства агрохолдинга современные бизнес-модели компаний сферы интернет-услуг;</p> <p>ПК-8.2: Способен применять: глобальные и региональные информационные сети; глобальную навигационную</p>	Задания	<p>Экзамен: Задачи Контрольные вопросы</p>

		<p>спутниковую систему Глонасс; современные бизнес-модели в сфере интернет-услуг</p> <p>ПК-8.3: Способен продемонстрировать: опыт практического применения агрохолдингом системы Глонасс в сфере растениеводства опыт применения методики штрихового кодирования компании и её товаров при управлении цепочками поставок опыт применения современных бизнес-моделей в сфере интернет услуг</p>		
--	--	--	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	4	4
Часов по учебному плану	144	144
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	16	4
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	32	14
- КСР	2	2
самостоятельная работа	58	115
Промежуточная аттестация	36 Экзамен	9 Экзамен

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические	Всего	

					занятия/лабораторные работы), часы					
	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
Тема 1. Маркетинг и предпринимательство. Мониторинг деятельности в сфере ИКТ	12	16.5	2	0.5	4	1	6	1.5	6	15
Тема 2. Штриховое кодирование в системах российской и международной электронной коммерции.	12	16.5	2	0.5	4	1	6	1.5	6	15
Тема 3. Глобальные и региональные информационные сети. Цифровизация растениеводства на основе Глонасс	14	17.5	2	0.5	4	2	6	2.5	8	15
Тема 4. Совершенствование сайтов и бизнес-процессов на основе веб-аналитики	14	17.5	2	0.5	4	2	6	2.5	8	15
Тема 5. Моделирование бизнес-процессов операционной деятельности, стратегического и тактического управления.	14	17.5	2	0.5	4	2	6	2.5	8	15
Тема 6. Разработка (настройка) и проведение рекламных кампаний в интернете	14	17.5	2	0.5	4	2	6	2.5	8	15
Тема 7. Современные бизнес-модели компаний сферы интернет-услуг.	14	17.5	2	0.5	4	2	6	2.5	8	15
Тема 8. Исследование рынков ИКТ и конкурентов	12	12.5	2	0.5	4	2	6	2.5	6	10
Аттестация	36	9								
КСР	2	2					2	2		
Итого	144	144	16	4	32	14	50	20	58	115

Содержание разделов и тем дисциплины

Практические занятия (семинарские занятия /лабораторные работы) организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает: выполнение проектов, решение прикладных задач по профилю профессиональной деятельности и направленности образовательной программы.

На проведение практических занятий (семинарских занятий /лабораторных работ) в форме практической подготовки отводится 24 часа (для ОФО) и 14 часов (для ЗОФО).

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП;
- научно-исследовательский, проектный, организационно – управленческий; - компетенций:

ПК-6, Способен управлять процессами и проектами по созданию (модификации) информационных ресурсов (сайт, портал) интернет;

ПК-7, Способен управлять интернет-проектами и компаниями, продвижением объектов в сети Интернет;

ПК-8, Способен проектировать информационные процессы и системы с использованием инновационных инструментальных средств.

При изучении дисциплины студентами достаточно широко используются активные методы обучения.

Выполняются практические и творческие задачи. Создаются студенческие команды, которые разрабатывают проекты по маркетингу и предпринимательству в сфере ИКТ на примерах конкретных компаний с использованием современных инструментальных средств.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в рамках занятий семинарского типа, групповых или индивидуальных консультаций, собеседования.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "Маркетинг и предпринимательство в сфере ИКТ"

(<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=4404>).

Иные учебно-методические материалы: Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение отдельных тем рабочей программы.

Цель самостоятельной работы - формирование умений и навыков к самообразованию и профессиональному совершенствованию, необходимых современному компетентному специалисту

Основные виды самостоятельной работы студентов:

- 1) работа с лекционными материалами электронного курса «Интернет-маркетинг»;
- 2) Изучение понятийного аппарата дисциплины
- 3) работа с основной и дополнительной литературой, изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет;
- 4) выполнение практических и творческих заданий, кейсов; разработка коллективных проектов; подготовка докладов-презентаций;
- 5) самостоятельное изучение отдельных разделов; 6) подготовка докладов-презентаций; 7) подготовка к экзамену.

Изучение понятийного аппарата дисциплины

Система индивидуальной самостоятельной работы предусматривает усвоение понятийного аппарата, т.к. овладение и грамотное применение профессиональной терминологии способствует лучшему пониманию и усвоению дисциплины. Для изучения рекомендуется в первую очередь использовать литературный источник [1], словари, энциклопедии, справочники, интернет-ресурсы, источники, указанные в списке литературы.

Индивидуальная самостоятельная работа студента направлена на овладение и грамотное применение терминологии в области моделирования бизнес-процессов.

Работа с основной и дополнительной литературой, с электронным курсом

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебного пособия [1], затем переходить к нормативно-правовым актам, научным монографиям и материалам периодических изданий. Конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, требующая от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций. Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую литературу для учебной и научной работы, уметь обращаться с предметными каталогами и библиографическим справочником библиотеки

Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет Ресурсы интернета являются одним из важных источников:

- быстрого поиска требуемой информации;
- освоения интернет-сервисов и других приложений.

Самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины

Перед изучением рассматриваемых тем студентам выдают требования – планируемые результаты обучения по дисциплине. Данные требования являются важными ориентирами самостоятельной работы. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, совершенствованию навыка анализа теоретического и

эмпирического материала. выработке умений и навыков профессиональной деятельности.

Подготовка к практическим занятиям

При подготовке к практическому занятию студент должен быть готов последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать.

Технологии в сфере ИКТ стремительно развиваются. Поэтому непосредственно при подготовке к проведению занятий разрабатываются и выдаются студентам новые задания.

При выполнении проекта проводятся индивидуальные консультации, на которых оцениваются полученные результаты и определяются очередные шаги (планы) самостоятельной работы.

Предусмотрена подготовка и проведение публичной презентации.

Самостоятельная работа студента при подготовке доклада-презентации. Тема доклада определяется в зависимости от научных и практических интересов студента. В процессе подготовки проводятся индивидуальные консультации. Написание докладов и подготовка презентации позволяет студентам глубже изучить темы курса, самостоятельно освоить изучаемый материал, пользуясь учебными пособиями и научными работами.

Самостоятельная работа студента при подготовке к экзамену

Контроль выступает формой обратной связи и предусматривает оценку успеваемости студентов и разработку мер по дальнейшему повышению качества подготовки современных ИТ-специалистов.

Условием успешного прохождения промежуточной аттестации является систематическая работа студента в течение семестра. В этом случае подготовка к экзамену является систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

Желательно спланировать троекратный просмотр материала перед зачетом. Во-первых, внимательное чтение с осмыслением, подчеркиванием и составлением краткого плана ответа. Во-вторых, повторная проработка наиболее сложных вопросов. В-третьих, быстрый просмотр материала или планов ответов для его систематизации в памяти.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс (Маркетинг и предпринимательство в сфере ИКТ,

<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=11103>), созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru/>.

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-6:

Задание 1.

Для выбранной организации (согласованной с лектором) заполните показатели, отражающие (в формате раздела 1.5.3) деятельность организации в сфере ИКТ за календарный год:

- использование компанией оборудования, сетей, ПО, сервисов;
- электронные продажи, закупки товаров (работ, услуг);
- цели использования интернета, максимальную скорость доступа к Интернету на конец отчётного года, направления использования веб-сайта;

- наличие специальных программных средств, кроме программных средств общего назначения, использование средств защиты информации
- использование программ для электронных вычислительных машин и баз данных
- источники и объёмы финансирования внутренних затрат на внедрение и использование цифровых технологий.

Задание 2.

Пусть на сайте клиники настроены три цели (в порядке возрастания степени важности этих целей):

- цель 1 – посещение страницы «Цены на услуги»,
- цель 2 – посещение страницы «Запись на прием»,
- цель 3 – отправка заявки на прием к врачу (производится после **оплаты услуги**).

На рис 3.5.1 приведена цепочка конверсий достижения трех установленных целей за март 2020.

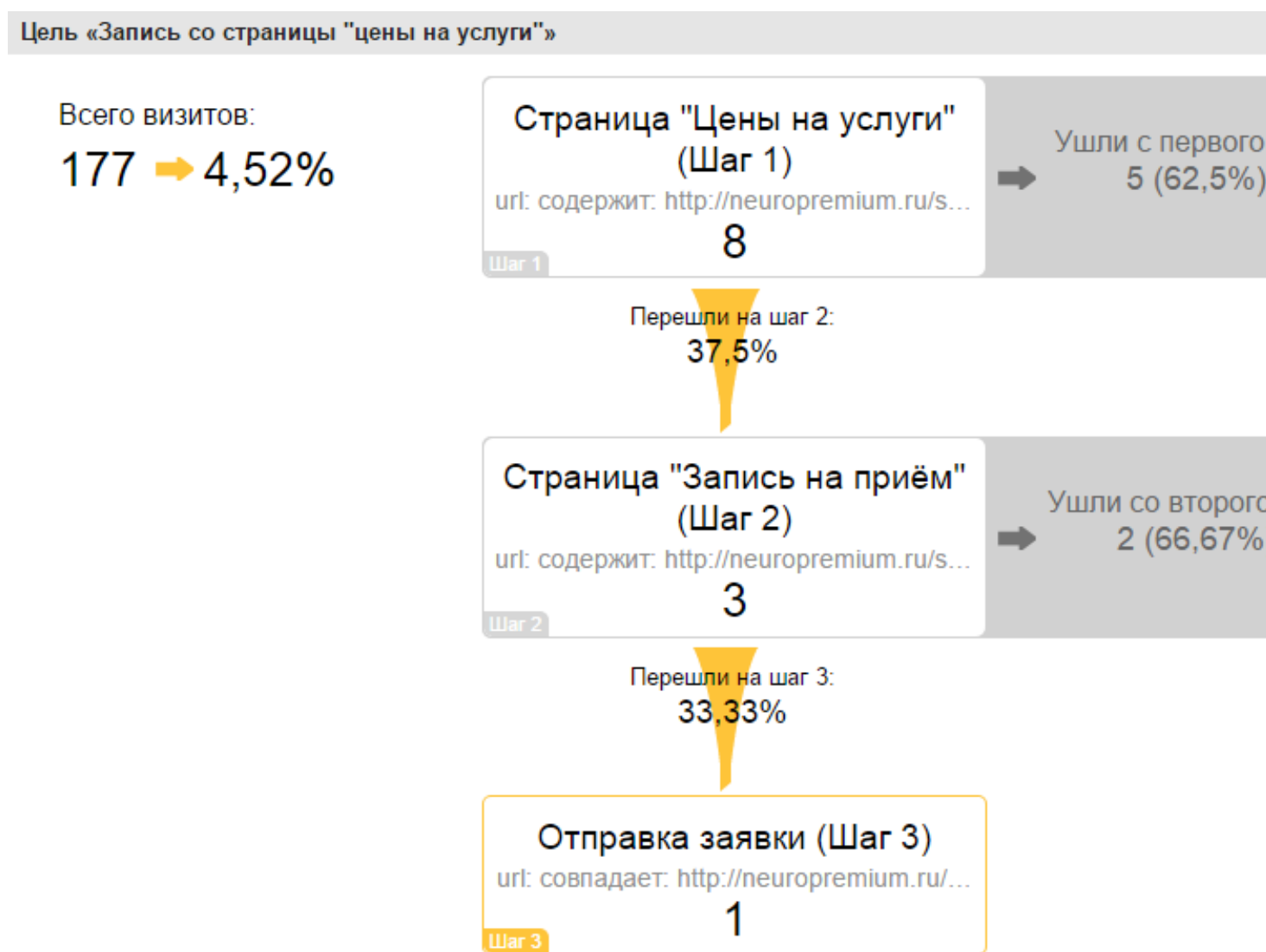


Рис. 3.5.1. Цепочка конверсий достижения целей за период – 1-ый месяц функционирования сайта (март 2020 г.)

Вычислить показатели прямых (абсолютных, не относительных и не ассоциированных) конверсий достижения целей 1, 2, 3. Будет ли вычислена конверсия продаж?

Задание 3.

А) Сформулируйте названия двух относительных конверсий достижения целей в цепочке конверсий, отраженных на рис. 3.5.1.

Б) Построить и проанализировать трехуровневую воронку продвижения и продаж (в виде перевёрнутой трапеции), содержащую показатели абсолютных и относительных конверсий достижения целей.

В) Выявить одну первоочередную, на ваш взгляд, задачу локальной модернизации сайта по истечении первого месяца его функционирования.

Задание 4.

На практике воронки продаж строятся на основании пользовательских (не стандартных) отчетов веб-аналитики, представляемых в виде таблиц. Требуется разработать форму такого отчета (таблицы) с включением всех рассмотренных выше показателей конверсий по периодам-месяцам за 2020 год. Заполнить первую строку отчёта за период – март 2020 (1-ый месяц функционирования сайта).

Задание 5.

На рис. 3.5.2 представлена воронка продвижения и продаж на сайте за неделю, отражающая поведение посетителей.



Рис. 3.5.2. Четырехуровневая воронка продвижения и продаж на сайте за неделю, отражающая поведение посетителей.
Источник [8].

- 1) Назовите установленные веб-аналитиком цели, которые указаны на рис. 3.5.2.
- 2) Подтвердите правильность вычисления четырех прямых конверсий достижения целей посетителями сайта.
- 3) Вычислите величины: а) количество достижений целей посетителями на сайте за неделю, б) количество целевых визитов.

Задание 6.

- 1) На основании данных, представленных на рис. 3.5.2, вычислите конверсии достижения целей в цепочке конверсий, содержащей три относительных (не абсолютных) конверсий.
- 2) Воронка представлена в виде перевернутого на малое основание усеченного конуса, который разрезан на 5 усеченных конусов. Почему такое представления является не корректным?

Задание 7.

Ниже представлен один из стандартных отчетов Яндекс.Метрики (веб-аналитики).

Отчет 1 «Посещаемость, сводка»

[Работа с отчетами](#) > [Стандартные отчеты](#) > [Посещаемость](#) > [Сводка](#)

Дата визита / период	Визиты	Посетители	Просмотры	Доля новых посетителей	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Итого за неделю / в среднем	2 516	2 205	4 203	90,1 %	36,6 %	1,67	1:23
19.01.2021 вт	47	46	74	82,6 %	40,4 %	1,57	0:22
18.01.2021 пн	470	436	773	87,4 %	35,5 %	1,64	1:29
17.01.2021 вс	307	278	532	85,6 %	34,9 %	1,73	1:27
16.01.2021 сб	297	278	502	87,4 %	34,7 %	1,69	1:39
15.01.2021 пт	430	401	749	84,3 %	40,2 %	1,74	1:23
14.01.2021 чт	458	426	743	82,9 %	36,5 %	1,62	1:04
13.01.2021 ср	507	471	830	83,9 %	36,7 %	1,64	1:29

- 1) Вычислить количество отказов за 18.01.21.
- 2) Вычислить среднюю глубину просмотра за период с 13.01 по 19.01.2021 и сравнить со значением из таблицы.

Задание 8.

Какими могут быть причины отказов от посещения сайта и как уменьшить значение данного показателя веб-аналитики?

Задание 9. Коллективный проект 1 «Создание сайта»

Создайте бизнес-сайт для компании малого бизнеса, содержащий не менее 5 страниц при помощи выбранного вами конструктора или системы управления контентом. Приведите обоснование выбора конструктора или системы управления контентом

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-7:

Задание 10.

Рассмотрите ситуацию, когда государственный орган (государство) становится непосредственными участниками покупки-продажи ноутбука в интернет-магазине.

Задание 11. Творческое.

Обоснуйте, почему имеет смысл продуктовая сегментация целевого рынка образовательных услуг ННГУ? Приведите признаки иерархической классификации сегментов и результаты классификации по этим признакам.

Задание 12

Дайте описание структуры и назовите быстрые ссылки сниппета:

Задание 13. Творческое.

Пусть сотрудник 1 компании (посетитель 1 сайта) совершил следующие действия:

- 1) В поисковике Яндекс произнес фразу «Купить сервер»;
- 2) Просмотрел первую страницу поисковой выдачи и кликнул на рекламное объявление поисковой контекстной рекламы;
- 3) На сайте продавца-рекламодателя просмотрел прайс-лист и ушел с сайта.

Покупатель 2 (посетитель 2 сайта) пошел дальше – он дополнительно выполнил действия:

- 4) сделал с сайта целевой звонок менеджеру по продажам и получил ответы на заданные вопросы,
- 5) поместил в корзину данные о покупаемом товаре,
- 6) оплатил покупку с доставкой на дом и установкой сервера, воспользовавшись кнопкой «Оплатить» на соответствующей странице сайта.

Затем товар был доставлен (покупатель подписал соответствующую товарную накладную) и установлен (акт о выполнении работ).

Дайте ответы на следующие вопросы:

- а) Почему упоминаемое выше рекламное объявление относят к поисковой контекстной рекламе?
- б) Определите количество маркетинговых коммуникаций, имевших место при просмотре первой страницы поисковой выдачи. (Для ответа на вопрос рекомендуется набрать запрос на мобильнике);
- в) Маркетинговые коммуникации какого вида имели место между рекламодателем и потенциальным покупателем, рекламодателем и реальным покупателем?
- г) Какими каналами и подканалами продвижения воспользовались посетители 1 и 2?
- д) Какими каналами и подканалами сбыта воспользовался клиент 2?

Задание 14. Творческое.

В задании 4 рассмотрены два бизнес-процесса, выполненных покупателями. А какие бизнес-процессы выполнил продавец (возможно с партнерами), чтобы появилась возможность выполнения двух указанных в задании 3 бизнес-процессов?

Задание 15.

- 1) Почему функцию продвижения называют коммуникационной?
- 2) К выполнению каких функций и подфункций маркетинга относят функцию выдачи покупателям карточек лояльности? Последующее использование?

Творческое задание 16

К каким видам рекламы по классификациям 1-6 следует отнести каждое (из двух) рекламных объявлений на странице сайта РСЯ на рис. 2.1?

Рис. 2.1. Фрагмент страницы сайта РСЯ.

Практическое задание 17

Выберите компанию и подготовьте для этой компании данные, в целях последующего создания и проведения рекламной кампании сервисом Яндекс.Бизнес.

Кейс-задача 18

Организация реализовала первый этап рекламной кампании с размещением объявлений контекстной рекламы в поисковых системах (площадках) с заданными четырьмя бюджетами. По результатам этапа получен отчет, содержащий следующие показатели по каждой рекламной площадке: количество показов рекламных объявлений, количество кликов, стоимость одного клика, количество продаж, выручка от продаж.

В целях последующего наиболее эффективного использования бюджетов рекламной кампании разработать тактику с уменьшением или увеличением каждого из четырех бюджетов по ходу выполнения рекламной кампании.

Кейс-задача 19

Кейс-задача 2 Наберите в поисковой строке Яндекса или произнесите фразу «Купить CRM-систему» (на мобильном компьютере).

1. Дайте характеристику и проведите экспресс анализ первой страницы поисковой выдачи:

- 1.1. На каких местах и в каком количестве размещаются рекламные объявления контекстной рекламы

сниппеты (результаты естественной выдачи)

- 1.2. Что вам понравилось (не понравилось) в рекламных объявлениях и в сниппетах?

2. Выбор CRM-системы для заданной компании.

- 2.1. Выберите компанию, для которой нужно приобрести и внедрить CRM-систему. Согласуйте выбор с преподавателем.

- 2.2. Сделайте не менее трех кликов на рекламные объявления и столько же кликов на сниппеты первой страницы поисковой выдачи.

- 2.3. Проведите экспресс-анализ посадочных страниц сайтов, на которые вы совершите переходы.

- 2.4. Проведите обоснование выбора CRM-системы. Самостоятельно определите критерии выбора (этот пункт для компаний, которые работают с CRM-системой)

- 2.5. Подготовьте в электронном виде отчет в срок до

Задание 20.

В сервисе Яндекс.Бизнес создайте задание на проведение рекламной кампании»

Задание 21.

Проведите исследование показателей веб-аналитики для проведённой в среде Яндекс.Бизнес рекламной кампании. При исследовании нужно сравнить полученные значения показателей с лучшей практикой. Исходные данные для исследования задаются преподавателем либо их подбирают студенты из интернет-источников.

Задание 22.

На рисунке 2.1 в части 3 темы 5 представлены уровни деятельности компании «Авто». На каких уровнях ведётся деятельность при выполнении каждого из процессов A1.1, A1.2, A1.3, A1.4, A1.5, указанных на рис. 4.1?

Рис. 4.4. Диаграмма A1.2 декомпозиции процесса «СБЕ1 – продажа легковых автомобилей» в нотации IDEF0 BPM-системы «Business Studio»

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-8:**Задание 23.**

На рисунке приведены 9 блоков графического представления бизнес-модели “Freemium” (минимум бесплатно, остальное за деньги) компании Flickr.

Блоки отнесены к 4 сферам деятельности: 1) Предложение, 2) Финансовая эффективность, 3) Взаимодействие с потребителями, 4) Инфраструктура.

. Требуется отнести блоки к сферам деятельности.

Задание 24.

На рисунке с графическим представлением бизнес-модели “Freemium” (минимум бесплатно, остальное за деньги) в блоке ПС указаны два потребительских сегмента, являющиеся сегментами целевого рынка компании «FLICKR».

- 1) Приведите название еще одного сегмента целевого рынка, чтобы в результате эти три сегмента охватывали весь целевой рынок.
- 2) Назовите признак, по которому произведено сегментирование

Задание 25.

Пусть в блоке ПС бизнес-модели образовательной деятельности ННГУ содержатся два потребительских «Бюджетные студенты» и «Внебюджетные студенты».

Требуется построить три блока ЦП, ПД и ПС графического представления бизнес-модели ННГУ.

Задание 26.

Одним из ключевых ресурсов бизнес-модели “Freemium” (Минимум бесплатно, остальное за деньги) является **бренд компании**.

Приведите два широко применяемых определения понятия «Бренд», а также названия известных вам операционных брендов над брендами.

Подсказка.

В ГК РФ **Товарный знак** (для товара) и **Знак обслуживания** (для услуги) рассматривают как элементы **индивидуализации** (выделения; в маркетинге: дифференциации, позиционирования) товара/услуги его/её рыночного продавца (в том числе производителя).

Товарный знак или знак обслуживания представляют в виде одного либо нескольких логотипов, прошедших государственную регистрацию.

Дифференциация товара – **это** выделение **товара/услуги** компании среди **товаров/услуг** конкурентов.

С другой стороны, в маркетинге, как правило, вместо терминов «Товарный знак» и «Знак обслуживания» используют термин «Торговая марка» (trade **mark**).

Задание 27.

Чем рискует компания если создаст логотип и «раскрутит» его, но не зарегистрирует?

Задание 28.

В бизнес-модели компании «Яндекс» в части использования рекламной сети Яндекса приведены три **стороны**: Рекламодатели; Обычные пользователи интернета; Владельцы сайтов РСЯ, которые в модели «Многосторонней платформы» названы «Создатели контента».

Для каждой **стороны** определите перечень других сторон, без которых не может существовать **сторона**.

Задание 29.

В агрохолдинге в 2020 году был внедрён пилотный проект по выращиванию пшеницы (вспашке, внесении удобрений, посеве, уборке и других работах) пока только на 4-х (из 30) земельных участках. При этом впервые использовалась система автопилота (ПО Автограф) – полной автоматизации работы сельскохозяйственной техники: двух тракторов и прицепного оборудования к ним (плугов, сеялок, опрыскивателей и т.п.), двух уборочных комбайнов, другой техники.

Для выполнения работ на 4-х указанных участках была создана специальная бригада. Все работники бригады прошли обучение. Труд, включая оплату, был основан на применении бригадного метода. Приведите названия:

- разработанных и реализованных/реализуемых стратегий и тактик (вида 1, 2, 3), связанных с переходом на технологии точного земледелия;
- новых регламентов операционной деятельности.

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно»
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно» или «плохо»

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатор достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.

	знаний вследствие отказа обучающегося от ответа		много негрубых ошибок	подготовки . Допущено несколько негрубых ошибок	подготовки . Допущено несколько несущественных ошибок	подготовк и. Ошибок нет.	
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».

	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»
--	-------	---

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Задачи) для оценки сформированности компетенции ПК-6

Задание 1.

Пусть на сайте клиники настроены три цели (в порядке возрастания степени важности этих целей):

- цель 1 – посещение страницы «Цены на услуги»,
- цель 2 – посещение страницы «Запись на прием»,
- цель 3 – отправка заявки на прием к врачу (производится после **оплаты услуги**).

На рис 3.5.1 приведена цепочка конверсий достижения трех установленных целей за март 2020.

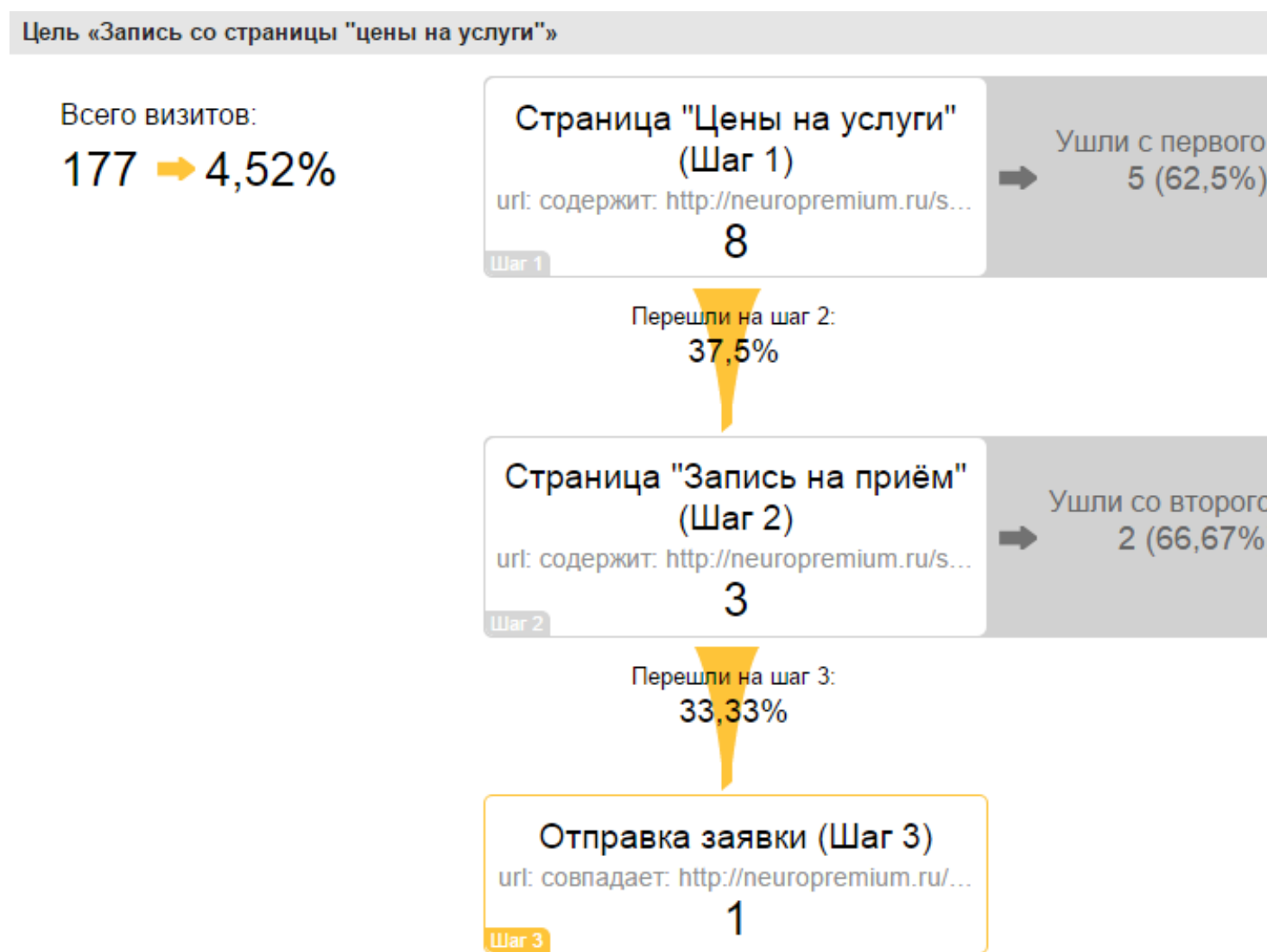


Рис. 3.5.1. Цепочка конверсий достижения целей за период – 1-ый месяц функционирования сайта (март 2020 г.)

Вычислить показатели прямых (абсолютных, не относительных и не ассоциированных) конверсий достижения целей 1, 2, 3. Будет ли вычислена конверсия продаж?

Задание 2.

А) Сформулируйте названия двух относительных конверсий достижения целей в цепочке конверсий, отраженных на рис. 3.5.1.

Б) Построить и проанализировать трехуровневую воронку продвижения и продаж (в виде перевёрнутой трапеции), содержащую показатели абсолютных и относительных конверсий достижения целей.

В) Выявить одну первоочередную, на ваш взгляд, задачу локальной модернизации сайта по истечении первого месяца его функционирования.

Задание 3.

На практике воронки продаж строятся на основании пользовательских (не стандартных) отчетов веб-аналитики, представляемых в виде таблиц. Требуется разработать форму такого отчета (таблицы) с включением всех рассмотренных выше показателей конверсий по периодам-месяцам за 2020 год. Заполнить первую строку отчёта за период – март 2020 (1-ый месяц функционирования сайта).

Задание 4.

1) На основании данных, представленных на рис. 3.5.2, вычислите конверсии достижения целей в цепочке конверсий, содержащей три относительных (не абсолютных) конверсий.

2) Воронка представлена в виде перевернутого на малое основание усеченного конуса, который разрезан на 5 усеченных конусов. Почему такое представление является не корректным?

Задание 5.

Ниже представлен один из стандартных отчетов Яндекс.Метрики (веб-аналитики).

Отчет 1 «Посещаемость, сводка»

[Работа с отчетами](#) > [Стандартные отчеты](#) > [Посещаемость](#) > [Сводка](#)

Дата визита / период	Визиты	Посетители	Просмотры	Доля новых посетителей	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Итого за неделю / в среднем	2 516	2 205	4 203	90,1 %	36,6 %	1,67	1:23
19.01.2021 вт	47	46	74	82,6 %	40,4 %	1,57	0:22
18.01.2021 пн	470	436	773	87,4 %	35,5 %	1,64	1:29
17.01.2021 вс	307	278	532	85,6 %	34,9 %	1,73	1:27
16.01.2021 сб	297	278	502	87,4 %	34,7 %	1,69	1:39
15.01.2021 пт	430	401	749	84,3 %	40,2 %	1,74	1:23

14.01.2021 чт	458	426	743	82,9 %	36,5 %	1,62	1:04
13.01.2021 ср	507	471	830	83,9 %	36,7 %	1,64	1:29

1) Вычислить количество отказов за 18.01.21.

2) Вычислить среднюю глубину просмотра за период с 13.01 по 19.01.2021 и сравнить со значением из таблицы.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Задачи) для оценки сформированности компетенции ПК-7

Задание 6. Творческое.

Обоснуйте, почему имеет смысл продуктовая сегментация целевого рынка образовательных услуг ННГУ? Приведите названия признаков иерархической классификации сегментов и результаты классификации по этим признакам.

Задание 7

Дайте описание структуры и назовите быстрые ссылки сниппета:

Задание 8.

Рассмотрите ситуацию, когда государственный орган (государство) становится непосредственными участниками покупки-продажи ноутбука в интернет-магазине.

Задание 9. Творческое.

Пусть сотрудник 1 компании (посетитель 1 сайта) совершил следующие действия:

- 1) В поисковике Яндекса произнес фразу «Купить сервер»;
- 2) Просмотрел первую страницу поисковой выдачи и кликнул на рекламное объявление поисковой контекстной рекламы;
- 3) На сайте продавца-рекламодателя просмотрел прайс-лист и ушел с сайта.

Покупатель 2 (посетитель 2 сайта) пошел дальше – он дополнительно выполнил действия:

- 4) сделал с сайта целевой звонок менеджеру по продажам и получил ответы на заданные вопросы,
- 5) поместил в корзину данные о покупаемом товаре,
- 6) оплатил покупку с доставкой на дом и установкой сервера, воспользовавшись кнопкой «Оплатить» на соответствующей странице сайта.

Затем товар был доставлен (покупатель подписал соответствующую товарную накладную) и установлен (акт о выполнении работ).

Дайте ответы на следующие вопросы:

- а) Почему упоминаемое выше рекламное объявление относят к поисковой контекстной рекламе?
- б) Определите количество маркетинговых коммуникаций, имевших место при просмотре первой страницы поисковой выдачи. (Для ответа на вопрос рекомендуется набрать запрос на мобильнике);
- в) Маркетинговые коммуникации какого вида имели место между рекламодателем и потенциальным покупателем, рекламодателем и реальным покупателем?
- г) Какими каналами и подканалами продвижения воспользовались посетители 1 и 2?
- д) Какими каналами и подканалами сбыта воспользовался клиент 2?

Задание 10. Творческое.

В задании 4 рассмотрены два бизнес-процесса, выполненных покупателями. А какие бизнес-процессы выполнил п (возможно с партнерами), чтобы появилась возможность выполнения двух указанных в задании 3 бизнес-процессов?

Творческое задание 11

К каким видам рекламы по классификациям 1-6 следует отнести каждое (из двух) рекламных объявлений на странице сайта РСЯ на рис. 2.1?

Рис. 2.1. Фрагмент страницы сайта РСЯ.

Практическое задание 12

Выберите компанию и подготовьте для этой компании данные, в целях последующего создания и проведения рекламной кампании сервисом Яндекс.Бизнес.

Задание 13.

На рисунке 2.1 в части 3 темы 5 представлены уровни деятельности компании «Авто». На каких уровнях ведется деятельность при выполнении каждого из процессов А1.1, А1.2, А1.3, А1.4, А1.5, указанных на рис. 4.1?

Рис. 4.4. Диаграмма А1.2 декомпозиции процесса «СБЕ1 – продажа легковых автомобилей» в нотации IDEF0 BPM-системы «Business Studio»

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Задачи) для оценки сформированности компетенции ПК-8

Задание 14.

На рисунке приведены 9 блоков графического представления бизнес-модели “Freemium” (минимум бесплатно, остальное за деньги) компании Flickr.

Блоки отнесены к 4 сферам деятельности: 1) Предложение, 2) Финансовая эффективность, 3) Взаимодействие с потребителями, 4) Инфраструктура.
. Требуется отнести блоки к сферам деятельности.

Задание 15.

На рисунке с графическим представлением бизнес-модели “Freemium” (минимум бесплатно, остальное за деньги) в блоке ПС указаны два потребительских сегмента, являющиеся сегментами целевого рынка компании «FLICR».

- 1) Приведите название еще одного сегмента целевого рынка, чтобы в результате эти три сегмента охватывали весь целевой рынок.
- 2) Назовите признак, по которому произведено сегментирование

Задание 16.

Пусть в блоке ПС бизнес-модели образовательной деятельности ННГУ содержатся два потребительских «Бюджетные студенты» и «Внебюджетные студенты».

Требуется построить три блока ЦП, ПД и ПС графического представления бизнес-модели ННГУ.

Задание 17.

Одним из ключевых ресурсов бизнес-модели “Freemium” (Минимум бесплатно, остальное за деньги) является **бренд компании**.

Приведите два широко применяемых определения понятия «Бренд», а также названия известных вам операционных брендов.

Подсказка.

В ГК РФ **Товарный знак** (для товара) и **Знак обслуживания** (для услуги) рассматривают как элементы **индивидуализации** (выделения; в маркетинге: дифференциации, позиционирования) товара/услуги его/её рыночного продавца (в том числе производителя).

Товарный знак или знак обслуживания представляют в виде одного либо нескольких логотипов, прошедших государственную регистрацию.

Дифференциация товара – **это** выделение **товара/услуги** компании среди **товаров/услуг** конкурентов.

С другой стороны, в маркетинге, как правило, вместо терминов «Товарный знак» и «Знак обслуживания» используют термин «Торговая марка» (trade **mark**).

Задание 18.

Чем рискует компания если создаст логотип и «раскрутит» его, но не зарегистрирует?

Задание 19.

В бизнес-модели компании «Яндекс» в части использования рекламной сети Яндекса приведены три **стороны**: Рекламодатели; Обычные пользователи интернета; Владельцы сайтов РСЯ, которые в модели «Многосторонней платформы» названы «Создатели контента».

Для каждой **стороны** определите перечень других сторон, без которых не может существовать **сторона**.

Задание 20.

В агрохолдинге в 2020 году был внедрён пилотный проект по выращиванию пшеницы (вспашке, внесении удобрений, посеве, уборке и других работах) пока только на 4-х (из 30) земельных участках. При этом впервые использовалась система автопилота (ПО Автограф) – полной автоматизации работы сельскохозяйственной техники: двух тракторов и прицепного оборудования к ним (плугов, сеялок, опрыскивателей и т.п.), двух уборочных комбайнов, другой техники.

Для выполнения работ на 4-х указанных участках была создана специальная бригада. Все работники бригады прошли обучение. Труд, включая оплату, был основан на применении бригадного метода. Приведите названия:

- разработанных и реализованных/реализуемых стратегий и тактик (вида 1, 2, 3), связанных с переходом на технологии точного земледелия;

новых регламентов операционной деятельности.

Критерии оценивания (оценочное средство - Задачи)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при

Оценка	Критерии оценивания
	этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-6

Вопрос	Код формируемых компетенций
25. Внутренние и внешние инструменты веб-аналитики	ПК-6
26. Показатели веб-аналитики процессов покупки, продвижения, сбыта, вычисляемые на основе сервисов Яндекс.Метрика и Google Analytics. Ассоциированные конверсии.	ПК-6
27. Веб-аналитика: установление целей, вычисление конверсий достижения целей посетителями бизнес-сайтов.	ПК-6
28. Веб-аналитика: многоуровневые воронки продаж, их анализ и модернизация бизнес-сайтов.	ПК-6
29. Яндекс.Метрика: стандартные отчеты вида «Источники, сводка»	ПК-6
30. Яндекс.Метрика: стандартные отчеты вида «Поисковые системы», «Рекламные системы»	ПК-6

5.3.5 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-7

Вопрос	Код формируемых компетенций
1. Предпринимательская деятельность, коммерческие и некоммерческие организации, субъекты предпринимательства.	ПК-7
2. Маркетинг субъекта предпринимательства. Товарная и ценовая функции маркетинга.	ПК-7
3. Функции маркетинга закупок и маркетинга продаж	ПК-7

4. Функции сбыта и продвижения в маркетинге. Позиционирование и сегментация, брендинг и фирменный стиль.	ПК-7
5. Доступный и целевой рынки субъекта предпринимательства, целевая аудитория.	ПК-7
6. Внешняя среда субъекта предпринимательства.	ПК-7
7. Сравнительный анализ вариантов описания внешней предпринимательской среды компании.	ПК-7
8. Деятельность российских компаний и органов власти в сфере использования ИКТ	ПК-7
9. Деятельность российских компаний и органов власти в сфере производства ИКТ.	ПК-7
10. Льготное налогообложение ИТ-компаний	ПК-7
11. ИКТ, исследование российского рынка телекоммуникационных услуг.	ПК-7
12. Исследование аудитории мобильного и стационарного интернета.	ПК-7
22. Моделирование бизнес-процессов операционной деятельности.	ПК-7
23. Моделирование процессов высоких уровней (без деконструкции операционной деятельности)	ПК-7
24. Модель функций компании, основанная на видах ЭД из ОКВЭД. Моделирование процессов стратегического и тактического управления.	ПК-7
31. Понятие и виды таргетинга, классификация видов интернет-рекламы.	ПК-7
32. Виды контекстной рекламы, связанные с ее размещением. Реклама в Яндекс.Директ.	ПК-7
33. РСЯ в Яндекс.Директе с позиций партнеров.	ПК-7

5.3.6 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-8

Вопрос	Код формируемых компетенций
13. Общая характеристика глобальных стандартов, используемых в цепях поставок	ПК-8
14. Использование штриховых кодов на товаре, на единичной и групповой упаковках, на транспортной упаковке.	ПК-8

15. Глобальные номера местонахождения компаний, складов, других помещений и площадок в цепочках поставок.	ПК-8
16. Радиочастотная идентификация RFID маркировка электронными кодами товаров и обеспечение их глобальной видимости в цепочках движения от производителя до потребителя.	ПК-8
17. Стационарная телефонная сеть, телефоны с кодом 8800. Мобильные беспроводные сети	ПК-8
18. Глобальные информационные сети. Интернет, экстранет, интранет. Классификация сайтов.	ПК-8
19. Глобальные спутниковые навигационные системы.	ПК-8
20. Геоинформационные системы в сельском хозяйстве на основе Глонасс. Зоны продуктивности в точном земледелии.	ПК-8
21. Параллельное вождение в точном земледелии.	ПК-8
35. Современные бизнес-модели компаний сферы интернет-услуг.	ПК-8

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Лapidус Лариса Владимировна. Цифровая экономика: Управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : Учебник / Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, экономический факультет. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 479 с. - (Высшее образование). - Профессиональное образование. - ISBN 978-5-16-018513-2. - ISBN 978-5-16-106302-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=874224&idb=0>.
2. Оверби Харальд. Цифровая экономика: как информационно-коммуникационные технологии влияют на рынки, бизнес и инновации : монография / Оверби Харальд; Одестад Ян А. - Москва : Дело, 2022. - 288 с. - ISBN 978-5-85006-391-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=869861&idb=0>.
3. Романова Юлия Дмитриевна. Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса : Учебное пособие / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - 2. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 257 с. - Дополнительное профессиональное образование. - ISBN 978-5-16-017053-4. - ISBN 978-5-16-108517-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=770548&idb=0>.
4. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / Замотайлова Д. А., Попова Е. В., Попок Л. Е., Раневская В. С. - 2-е изд., исправ. и доп. - Краснодар : КубГАУ, 2020. - 122 с. - Книга из коллекции КубГАУ - Информатика. - ISBN 978-5-907402-61-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=806768&idb=0>.
5. Акулич Маргарита Васильевна. Интернет-маркетинг : Учебник для бакалавров; Учебник / Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетьмана. - 2. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021. - 346 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-04250-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875241&idb=0>.
6. Бушев А. Б. Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности: сетевой дискурс : учебное пособие для вузов / Бушев А. Б. - Санкт-Петербург : Лань, 2023. - 176 с. - Книга из коллекции Лань - Информатика. - ISBN 978-5-507-45388-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=859962&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Любанова Т. П. Инженерный маркетинг в развитии технологического предпринимательства : учебное пособие / Любанова Т. П., Зозуля Д. М., Олейникова Ю. А. - Ростов-на-Дону : Донской ГТУ, 2021. - 125 с. - Книга из коллекции Донской ГТУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-7890-1863-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=803926&idb=0>.
2. Арбатская О. А. Информационно-коммуникационные технологии : учебно-методическое пособие для бакалавров / Арбатская О. А. - Улан-Удэ : ВСГИК, 2020. - 64 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ВСГИК - Информатика., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=733907&idb=0>.
3. Наумов Владимир Николаевич. Стратегическое взаимодействие рыночных субъектов в маркетинговых системах : Монография / Санкт-Петербургский государственный экономический

университет. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. - 270 с. - (Научная мысль). - Дополнительное профессиональное образование. - ISBN 978-5-16-009782-4. - ISBN 978-5-16-101199-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875848&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

Советы от Google: Как сделать идеальный мобильный сайт Режим доступа:

<http://www.shopolog.ru/metodichka/design-and-usability/sovety-ot-google-kak-sdelat-idealnyymobilnyy-sayt/>.

Рекомендации Яндекс по созданию сайтов. Режим доступа:

<https://yandex.ru/support/webmaster/recommendations/intro.xml>.

Идеальный лендинг-пейдж. Агентство интернет-маркетинга и рекламы ConvertMonster. Режим доступа: <http://convertmonster.ru>.

Интернет-сервис «Яндекс.Директ». [электронный ресурс]. Режим доступа: URL:

<https://direct.yandex.ru/>.

Яндекс.Справка (yandex.ru) <https://yandex.ru/support/direct/>

Интернет-сервис «Яндекс.Метрика». [электронный ресурс]. Режим доступа: URL:

<https://metrika.yandex.ru/>.

Я.Бизнес — Сервис для предпринимателей. Автоматическая реклама и полезные инструменты от Яндекс.Бизнес (yandex.ru)

Создать сайт бесплатно. Конструктор сайтов Tilda Publishing

Интернет-сервис Анализ сайта overture.org (cy-pr.com)

Интернет-сервис автоматизации и оптимизации бизнес-процессов компании «Битрикс24».

[электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.bitrix24.ru/>.

Интернет-сервис «Mail.Ru для бизнеса». [электронный ресурс]. Режим доступа: URL:

<https://biz.mail.ru/>.

Интернет-сервис «Яндекс.Деньги». [электронный ресурс]. Режим доступа: URL:

<https://money.yandex.ru/>

GoogleAnalytics[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.google.ru/analytics/> .

Сайт веб-студии E.net [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://inet-your.net/articlessozdanie-saitov/syte-life-cycle>

GoogleAdWords – Система интернет-рекламы <http://www.google.ru/adwords/>.

Яндекс.Вордстат – Статистика ключевых слов на Яндексе.<https://wordstat.yandex.ru/>

ЭБС znanium.com;

ЭБС «biblio-online.ru»;

<http://www.iqlib.ru>

<http://www.grebennikon.ru/>

<http://marketing.rbc.ru>

<http://www.marketing.spb.ru> 7. <http://marketopedia.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 09.04.03 - Прикладная информатика.

Автор(ы): Абросимова Анна Александровна, кандидат экономических наук, доцент.

Рецензент(ы): Визгунов Александр Николаевич, кандидат экономических наук.

Заведующий кафедрой: Трифонов Юрий Васильевич, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.12.2023, протокол № 6.