

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**  
(Финансовый университет)

**Новороссийский филиал**  
**Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор филиала  
**Т. Н. Сейфиева**  
« 25 » марта 2021 г.



**УПРАВЛЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИМ ОПЫТОМ И СЕРВИСНЫЙ  
ДИЗАЙН ПРОДУКТОВ**

**Рабочая программа дисциплины**  
для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
27.03.05 «Инноватика» очная форма обучения

Образовательная программа «Управление цифровыми инновациями»

*Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала Финуниверситета  
протокол № 34 от 25 марта 2021 г.*

*Одобрено кафедрой «Информатика, математика и общегуманитарные науки»  
№ 8 от 25 марта 2020 г.*

Новороссийск 2021

**Королёва Н.В.** «Управление пользовательским опытом и сервисный дизайн продуктов». Рабочая программа дисциплины для студентов, обучающихся по

направлению подготовки : 27.03.05 Инноватика, ОП Управление цифровыми инновациями (Управление цифровыми инновациями), - Новороссийск: Филиал финансового университета, кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки 2021. 22с.

Рабочая программа дисциплины содержит требования к результатам освоения дисциплины, содержание дисциплины, тематику практических занятий, формы самостоятельной работы, фонд оценочных средств, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

### Содержание рабочей программы дисциплины

Наименование дисциплины

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

Содержание дисциплины

Учебно-тематический план

Содержание семинаров, практических занятий

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю (согласно таблицы 2)

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

обучающихся по дисциплине

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

Комплект лицензионного программного обеспечения

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации.

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

### **1. Наименование дисциплины**

«Управление пользовательским опытом и сервисный дизайн продуктов»

### **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Дисциплина «Управление пользовательским опытом и сервисный дизайн продуктов» по направлению 27.03.05 Инноватика, ОП Управление

цифровыми инновациями (Управление цифровыми инновациями) обеспечивает формирование следующих компетенций:  
ОПК-5, ПКП-4

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами и достижениями компетенции
ПКП-	Способность выполнять работы по сопровождению информационного обеспечения и систем управления проектами	1. Демонстрирует навыки ведения баз данных и документации по проекту	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы описания состава и структуры требуемых данных и информации;</li> <li>- методы сбора, обработки и интерпретации данных;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- описывать состав и структуру требуемых данных и информации;</li> <li>- грамотно реализовать процессы сбора, обработки и интерпретации данных;</li> </ul>
		2. Применяет прикладное программное обеспечение для оформления результатов исследований.	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-методы, техники и приемы применения прикладное программное обеспечение для оформления результатов исследований.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-проводить сравнительный анализ прикладного программного обеспечения для выбора наиболее оптимального для оформления результатов исследований.</li> </ul>
ОПК-	Способен решать задачи в области инновационных процессов	1. Применяет в практической деятельности основы правового	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нормативно-правовое регулирование в сфере инновационных процессов в</li> </ul>

	в науке, технике и технологии с учетом нормативно-правового регулирования в сфере интеллектуальной собственности	регулирующие и действия правовых норм для защиты права на интеллектуальную собственность.	науке, технике и технологии <b>Уметь:</b> - формулировать требования к методам управления пользовательским опытом в Интернете. - идентифицировать риски при работе с интеллектуальной собственностью, принимать меры с целью их минимизации.
--	--	---	---

### 3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Управление пользовательским опытом и сервисный дизайн продуктов» является дисциплиной профиля "Управление цифровыми инновациями", Модуля 2. Управление продуктом

### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

**очная форма**

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 6 (в часах)
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	<b>3 з.е./108</b>	
<i>Контактная работа</i> <i>Аудиторные занятия</i>	<i>50</i>	<i>50</i>
<i>Лекции</i>	<i>16</i>	<i>16</i>
<i>Практические и семинарские занятия, т.ч.</i>	<i>34</i>	<i>34</i>
<i>Самостоятельная работа</i>	<i>58</i>	<i>58</i>
Вид текущего контроля	<b>Проектная работа</b>	<b>Проектная работа</b>
Вид промежуточной аттестации	<b>зачет</b>	<b>зачет</b>

**5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий**

## **5.1. Содержание разделов дисциплины**

### **Тема 1. Основы управления пользовательским опытом в цифровом мире**

Понятие пользовательского опыта. Факторы формирования клиентского опыта. Надпродуктовый взгляд на современные продукто-ориентированные компании. CX и UX сервисы. Основные понятия и принципы клиентоцентричного дизайна. Омниканальный подход в маркетинге. Сервис-дизайн.

### **Тема 2. Методы и инструменты дизайна и исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта.**

Определение и сегментация клиентов: классическое и ситуационное сегментирование; персоны и JTBD; JTBD-шаблон; драйверы и барьеры; Мотивационные конфликты; поведенческая экономика; концепции рациональности и иррациональности выбора. Ценностное предложение: концепция потребительской ценности; основные типы бизнес-логик; разрешение мотивационного конфликта с помощью продукта; Атрибут и аргументы. Картирование опыта. Количественные и качественные исследования: составление плана исследования; глубинные интервью; проведение, рекрутинг, кодирование; аналитические закупки.

### **Тема 3. Технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах.**

Автоматизация сервисного обслуживания. Эволюция клиентского опыта в эпоху развития digital-технологий. Системы оценки качества. Интерактивная аналитика. Социальные сети, сообщества и пользовательский контент. Адаптация веб-сайтов и растущая важность мобильного клиента. Тенденции и инновации: чат-боты, Internet of Thing (IoT), VR, искусственный интеллект, голос. Персональная помощь, обслуживание клиентов лично и по

телефону, геймификация, машинное обучение и партнерские схемы  
Оmnikanальная поддержка

**Тема 4. Принципы организации / трансформации внутренних бизнес-процессов компании для успешного внедрения клиентоцентричного подхода.**

Стили менеджмента и концепции лидерства. Стадии эволюции и зрелости организации. Управление изменениями. Организация как системная структура. Системные эффекты при построении обучающейся организации. Командообразование, создание кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом. Культура клиентоцентричности. Миссия, видение, ценности. Понимание ценности клиентского опыта во всей организации и на всех ее уровнях. Корпоративные стратегии: конкурентная, портфельная, продуктовая, UX-стратегия.

**5.2. Учебно-тематический план**

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Трудоёмкость в часах					Самос тояте льная работ а	Формы текущего контроля успеваемости
		Аудиторная работа						
		Всего часов	Обща я	Лекц ии	Практ. и семинар ские занятия	Занят ия в интер акт ивны х форм ах		
	Основы управления пользовательским опытом в цифровом мире	26	12	4	8	4	14	Групповое решение задач, обсуждение результатов, дискуссия.
	Методы и инструменты дизайна и исследования	26	12	4	8	4	14	Опрос, выполнение индивидуальных заданий.

пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта.								Групповое решение задач, обсуждение результатов, дискуссия.
Технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах.	26	12	4	8	4	14		Опрос, выполнение индивидуальных заданий.
Принципы организации / трансформации внутренних бизнес-процессов компании для успешного внедрения клиентоцентричного подхода.	30	14	4	10	5	16		Групповое решение задач, обсуждение результатов, дискуссия.
<b>Всего по дисциплине</b>	108	50	16	34	17	58		
<b>Итого в %</b>					50%			

### 5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Основы управления пользовательским опытом в цифровом мире	Понятие пользовательского опыта. Факторы формирования клиентского опыта. Надпродуктовый взгляд на современные продукто-	Интерактивная форма, практикум по решению задач



	<p>ориентированные компании. CX и UX сервисы. Основные понятия и принципы клиентоцентричного дизайна.</p> <p>Рекомендуемые источники 8.1-</p>	<p>по тематике занятия и коллективное обсуждение решений</p>
<p>Методы и инструменты дизайна и исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта.</p>	<p>Определение и сегментация клиентов: классическое и ситуационное сегментирование; персоны и JTBD; JTBD-шаблон; драйверы и барьеры; Мотивационные конфликты; поведенческая экономика; концепции рациональности и иррациональности выбора. Ценностное предложение: концепция потребительской ценности; основные типы бизнес-логик; разрешение мотивационного конфликта с помощью продукта; Атрибут и аргументы. Картирование опыта.</p> <p>Рекомендуемые источники 8.1-</p>	<p>Интерактивная форма, практикум по решению задач по тематике занятия и коллективное обсуждение решений</p>
<p>Технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах.</p>	<p>Автоматизация сервисного обслуживания. Эволюция клиентского опыта в эпоху развития digital-технологий. Системы оценки качества. Интерактивная аналитика. Социальные сети, сообщества и пользовательский контент. Адаптация веб-сайтов и растущая важность мобильного клиента. Тенденции и инновации: чат-боты, Internet of Thing (IoT), VR, искусственный интеллект, голос.</p> <p>Рекомендуемые источники 8.1-</p>	<p>Интерактивная форма, практикум по решению задач по тематике занятия и коллективное обсуждение решений</p>
<p>Принципы организации / трансформации внутренних бизнес-процессов компании для успешного</p>	<p>Стили менеджмента и концепции лидерства. Стадии эволюции и зрелости организации. Управление изменениями. Организация как системная структура. Системные эффекты при</p>	<p>Интерактивная форма, практикум по решению задач по тематике занятия и</p>

внедрения клиентоцентричного подхода.	построении обучающейся организации. Командообразование, создание кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом. Культура клиентоцентричности. Миссия, видение, ценности. Рекомендуемые источники 8.1-	коллективное обсуждение решений
---------------------------------------	--	---------------------------------

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Основы управления пользовательским опытом в цифровом мире	Оmnиканальный подход в маркетинге. Сервис-дизайн.	Работа с учебной литературой, подготовка к семинарским и практическим занятиям, решение по темам практических занятий. Выполнение проектной работы.
Методы и инструменты дизайна исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта.	Количественные и качественные исследования: составление плана исследования; глубинные интервью; проведение, рекрутинг, кодирование; аналитические закупки.	Работа с учебной литературой, подготовка к семинарским и практическим занятиям, решение по темам практических занятий. Выполнение проектной работы.
Технологии управления коммуникациями	Персональная помощь, обслуживание	Работа с учебной литературой, подготовка к семинарским и практическим занятиям,

клиентами в цифровых каналах.	клиентов лично и по телефону, геймификация, машинное обучение и партнерские схемы Оmnikanальная поддержка	решение по темам практических занятий. Выполнение проектной работы.
Принципы организации / трансформации внутренних бизнес-процессов компании для успешного внедрения клиентоцентричного подхода.	Понимание ценности клиентского опыта во всей организации и на всех ее уровнях. Корпоративные стратегии: конкурентная, портфельная, продуктовая, UX-стратегия.	Работа с учебной литературой, подготовка к семинарским и практическим занятиям, решение по темам практических занятий. Выполнение проектной работы.

## 6.2 Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

### Пример проектной работы

Проектная работа выполняется в течение учебного семестра студентом самостоятельно. Отчет по проектной работе, выполненной студентом, должен быть представлен преподавателю как в электронном, так и в печатном виде. Итоговая электронная версия работы должна включать файл отчета по контрольной работе, файлы всех разработанных моделей, шаблонов и отчетов.

Задание к работе:

1. Разработать бизнес-проект в сфере электронного бизнеса по выбранной тематике и описать в соответствии с процесс-моделью «бизнесконтент-менеджмент».
2. Сформировать отчет.
3. Подготовить презентацию по итогам работы.

Методика выполнения контрольной работы

1. Определить сферу электронного бизнеса
2. Выбрать возможное направление электронного бизнеса:

- Электронная коммерция;
- Информационно-справочные системы;
- Дистанционные методы работы и обучения;
- Электронные финансовые структуры;

При выборе сферы бизнеса необходимо соблюдение следующих требований:

- оригинальность бизнес-идеи;
- потенциальная возможность реализации проекта;
- понимание технологии создания электронного предприятия и алгоритма его функционирования.

### 3. Структура работы

Описание бизнес-проекта проводить в соответствии со структурой процесс-модели «бизнес-контент-менеджмент».

#### I. Бизнес-модель

В бизнес-модели главное внимание уделяется ориентированию клиентов и/или пользователей в запланированном электронном бизнес решении. Здесь на первый план выходят следующие определения: ясные целевые установки, конкретная целевая аудитория, приоритеты проекта, критерии его успеха и т. д.

Бизнес-идея: сфера бизнеса, подробное описание предлагаемого товара/услуги. Обоснование популярности выбранного сегмента бизнеса подтвердить данными поисковых запросов потребителей (например, через <http://wordstat.yandex.ru>, <http://adstat.rambler.ru>, <https://adwords.google.com>, <http://google.ru/insights/search/#>).

Указать источники получения прибыли.

Целевая установка: описывает предпринимательскую мотивацию и выгоды проекта, а также его позиционирование по отношению к другим

проектам (снижение издержек производства или системы доставки товаров, увеличение числа клиентов или улучшение их обслуживания, построение системы управления знаниями, оптимизация взаимоотношений с бизнес-партнерами и т.д.).

Критерии успеха: что является главным показателем успеха (увеличение оборота, повышение рентабельности, снижение издержек, удовлетворенность клиентов, популярность торговой марки и т.п.)? Как можно количественно оценить эти показатели?

Таблица 1. Сравнительный анализ по характеристикам сайта

Характеристика	Конкурент 1	Конкурент 2	...	Конкурент N
Дизайн страниц				
Удобство использования (usability)				
Структура и навигация				
Время загрузки страниц				
Полнота контента				
Наличие обратной связи				

Таблица 2. Сравнительный анализ по организационно-экономическим показателям

Характеристика	Конкурент 1	Конкурент 2	...	Конкурент N
Источники получения прибыли				
- продажа товаров				
- реклама на сайте				
- платная регистрация				
- платные услуги				

Ориентиры: к каким моментам времени должны быть завершены главные этапы проекта (подготовка дизайна, пуск пилотного блока, запуск производства)? Когда должны быть выполнены установленные критерии успеха?

Шаблон ориентировочного календарного плана реализации проекта представлен в таблице 3.

Таблица 3.

№	Этапы проекта, виды работ и мероприятий	Недели					
		1	2	.	.	.	N
<b>Подготовительный этап</b>							
1.		x					
2.		x					
<b>Этап внедрения</b>							
1		x	x				
2			x		x	x	x
<b>Этап реализации</b>							
1						x	x
2							

Партнерство: нужны ли для реализации и эксплуатации проекта какие-либо партнеры? Планируется ли использовать аутсорсинг, если да, то на каких стадиях? Как будут реализованы оплата и доставка?

Реклама: какие рекламные средства будут использованы для продвижения проекта и привлечения клиентов (электронные или традиционные). В случае рекламы в сети Интернет кто будет выступать в качестве web-издателя? Использовать результаты лабораторной работы №3.

Финансы: как будет финансироваться проект (собственные или заемные средства)? Привести средние тарифы на товары/услуги.

## II Контент-модель

Эта модель формулирует содержание и функции электронного бизнес-решения, базируясь на требованиях пользователя. Целевая установка в контент-модели такова: единое и быстрое ведение пользователя, точное нахождение искомой информации или функций в системе. Модель описывает механизмы, которые обеспечивают доступность содержания и функций; необходимые источники данных. Она определяет методы и средства, обеспечивающие необходимое восприятие бизнес-решения, и преимущества перед альтернативными проектами, представленными на рынке.

Формулировка содержания и функций: структура фронт-офиса (электронной витрины), функциональное назначение разделов для каждой категории пользователей.

Результаты свести в таблицу 4.

Название раздела	Пользователь (клиент, рекламодатель, поставщик и т.д.)	Функциональное назначение раздела

Иерархия: как должны быть с иерархической точки зрения разбиты и как концептуально представлены необходимые элементы контента? Каковы взаимосвязи между отдельными иерархическими ступенями?

Представить иерархическую контент-модель web-сайта электронного предприятия (изобразить графически).

Ведение: определение непрерывного интуитивно понятного навигационного пути по web-сайту, от одной области информации к другой, для каждой группы пользователей.

Для каждой категории пользователей указать последовательность действий (посещения разделов) для совершения заказа (или другой конечной цели предприятия).

Источники данных: какие источники данных (внешние, внутренние) используются? Каков регламент получения информации? Как происходит хранение данных и обработка запросов пользователей (бэк-офис)?

Позиционирование: организация контента с учетом требования пользователей (элементы обратной связи, персонализированный интерфейс, кастомизация и т.п.).

#### *Экономическая эффективность проекта*

При расчете эффективности горизонт планирования выбрать 1 год. В качестве налогового окружения выбрать основную или упрощенную систему налогообложения.

Указать основные статьи затрат (инвестиции и текущие издержки) свести в табл. 6 и 7.

Таблица 6. Инвестиции в проект

№ п/п	Наименование	Стоимость, руб.
1		
2		

Таблица 7. Текущие затраты проекта

№ п/п	Наименование статьи затрат	1-й месяц, руб.	...	12-й месяц, руб.
1				
2				

Провести расчет выручки проекта. При этом учесть неравномерность получения дохода в первый и последующие месяцы, а также возможную сезонность. Результаты свести в табл. 8.

Таблица 8

Наименование услуги	Стоимость услуги, руб.	1-й месяц		....	12-й месяц	
		Объем продаж, шт.	Выручка, руб.		Объем продаж, шт.	Выручка, руб.
Услуга 1						
Услуга 2						
....						
Услуга N						
ИТОГО:						

При расчете учесть себестоимость реализуемых товаров и услуг.

Рассчитать основные экономические показатели эффективности деятельности и свести их в табл. 9.

Таблица 9.

№ п/п	Наименование	1-й месяц	2-й месяц	...	12-й месяц
1	Прибыль до уплаты налога, руб.				
2	Чистая прибыль, руб.				
3	NPV, руб.				
4	Рентабельность инвестиций				
5	Рентабельность продаж				
6	Рентабельность издержек				

## 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций и их структура в виде знаний, умения и владений содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине».

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые**



## **для оценки знаний, умений, владений**

### **Примерные вопросы для подготовки к зачету**

1. Понятие пользовательского опыта.
2. Факторы формирования клиентского опыта.
3. Надпродуктовый взгляд на современные продукто-ориентированные компании. CX и UX сервисы.
4. Основные понятия и принципы клиентоцентричного дизайна.
5. Определение и сегментация клиентов: классическое и ситуационное сегментирование; персоны и JTBD; JTBD-шаблон; драйверы и барьеры;
6. Мотивационные конфликты; поведенческая экономика; концепции рациональности и иррациональности выбора.
7. Ценностное предложение: концепция потребительской ценности; основные типы бизнес-логик;
8. разрешение мотивационного конфликта с помощью продукта;
9. Атрибут и аргументы.
10. Картирование опыта. Количественные и качественные исследования: составление плана исследования; глубинные интервью; проведение, рекрутинг, кодирование; аналитические закупки.
11. Эволюция клиентского опыта в эпоху развития digital-технологий.
12. Системы оценки качества. Интерактивная аналитика.
13. Социальные сети, сообщества и пользовательский контент
14. Адаптация веб-сайтов и растущая важность мобильного клиента.
15. Стили менеджмента и концепции лидерства.
16. Стадии эволюции и зрелости организации.
17. Управление изменениями.
18. Организация как системная структура.
19. Системные эффекты при построении обучающейся организации.
20. Командообразование, создание кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом.

21. Культура клиентоцентричности.

22. Миссия, видение, ценности. Понимание ценности клиентского опыта во всей организации и на всех ее уровнях.

23. Корпоративные стратегии: конкурентная, портфельная, продуктовая, UX-стратегия.

**Примеры оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной**

<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы достижения компетенций</b>	<b>Типовые задания</b>
ПКП-4 Способность выполнять работы по сопровождению информационного обеспечения и систем управления проектами	1. Демонстрирует навыки ведения баз данных и документации по проекту 2.	<b>Задание 1.</b> 1. Сформировать содержание и функций электронного бизнес-решения. 2. Анализ целевой аудитории (ЦА) и персонажей. 3. Формирование дерева «Задачи-проблемы-решения». 4. Описание сценариев поведения для всех сегментов ЦА. 5. Формирование структуры сайта: основные разделы и подразделы, система меню, разработка навигации, источники данных. 6. Позиционирование: организация контента с учетом требования пользователей (элементы обратной связи, персонализированный интерфейс и т.п.).
	2. Применяет прикладное программное обеспечение для оформления результатов исследований.	<b>Задание 2</b> 1. Проанализировать посещаемости сайтов в выбранной сфере бизнеса (хиты, хосты за единицу времени) с использованием счетчиков, рейтингов, сервисов-интеграторов. 2. Определение индексов цитируемости сайтов. 3. Определение результатов продвижения сайтов в каталогах.

		<p>4. Сравнительный анализ статистики поисковых запросов сайтов, определение запросов, по которым сайты занимают в выдаче Яндекса 1-е место.</p> <p>5. Провести анализ продвижения сайтов в социальных медиа.</p> <p>6. Выбрать web-издателя и модели размещения рекламы в сети интернет.</p> <p>7. Разработать в табличном редакторе MS Excel программу, позволяющую рассчитать показатели эффективности рекламной компании.</p>
<p>ОПК-5 Способен решать задачи в области инновационных процессов в науке, технике и технологии с учетом нормативно-правового регулирования в сфере интеллектуальной собственности и</p>	<p>1. Применяет в практической деятельности основы правового регулирования и действия правовых норм для защиты права на интеллектуальную собственность.</p>	<p><b>Задание 3.</b> Найти в сети Интернет информацию о фирмах, предоставляющих услуги по построению телекоммуникационной платформы на основе хостинга.</p> <p>2. Занести в отчет информацию об услугах и ценах найденных фирм.</p> <p>3. Провести сравнительный анализ средних затрат при организации телекоммуникационной платформы по каждой из моделей хостинга.</p> <p>4. Сделать выводы о преимуществах и недостатках использования каждой из моделей хостинга при организации электронного предприятия.</p> <p>5. Найти в сети Интернет информацию о фирмах, предлагающих услуги по организации информационной платформы по каждой из следующих моделей: аренда в торговом ряду, разработка программного обеспечения (ПО) сторонними организациями, покупка готового решения, аренда готового решения.</p> <p>6. Занести в отчет данные по услугам и ценам по каждой модели.</p> <p>7. Провести сравнительный анализ различных моделей построения информационной платформы.</p>

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### Нормативно-правовые акты

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть четвертая) № 30-ФЗ от 18.12.2006 г. (в редакции последующих законов). [Электронный ресурс], режим доступа <http://www.consultant.ru/popular/gkrf4/>
2. Федеральный Закон Российской Федерации «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» № 149-ФЗ от 27.07.2006 г. (в редакции последующих законов) [Электронный ресурс], режим доступа <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=144689>

### Основная литература:

3. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/450115> (дата обращения: 09.07.2021).
4. *Калюжнова, Н. Я.* Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08407-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/473049> (дата обращения: 09.07.2021).

### Дополнительная литература:

5. *Сологубова, Г. С.* Составляющие цифровой трансформации : монография / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 147 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-11335-

8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/475065> (дата обращения: 08.07.2021).
6. Соколова, В. В. Вычислительная техника и информационные технологии. Разработка мобильных приложений : учебное пособие для вузов / В. В. Соколова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 175 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-6525-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/470155> (дата обращения: 08.07.2021).
7. Соколова, В. В. Разработка мобильных приложений : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. В. Соколова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 175 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10680-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/475892> (дата обращения: 08.07.2021).
8. Тузовский, А. Ф. Проектирование и разработка web-приложений : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Ф. Тузовский. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 218 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10017-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/475437> (дата обращения: 08.07.2021).

## **9. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»**

- 1) Информационно-образовательный портал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации <http://portal.ufrf.ru/>.
- 2) Сайт департамента анализа данных, принятия решений и финансовых технологий. <http://fa.ru/dep/data analysis/>
- 3) Библиотечно - информационный комплекс Финуниверситета при Правительстве РФ. <http://library.fa.ru>.

- 4) Репозиторий Финуниверситета при Правительстве РФ.  
<http://repository.vzfei.ru>.
1. Общероссийский математический портал Math-Net.Ru  
<http://www.mathnet.ru/>
2. Московский центр непрерывного образования. Свободно распространяемые издания. <https://www.mccme.ru/free-books/>

#### **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины рекомендуется осуществлять в соответствии с Методическими рекомендациями для студентов бакалавриата по освоению дисциплин образовательных программ высшего образования, утвержденных распоряжением Финуниверситета от 14 мая 2014 г. № 256.

#### **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

При осуществлении образовательного процесса обучающимися и профессорско-преподавательским составом используются: программное обеспечение, информационно-справочные системы, электронные библиотечные системы.

##### **11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения:**

1. Антивирусная защита ESET NOD32
2. Windows, Microsoft Office

##### **11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

- «Консультант Плюс».
- Аналитическая система Bloomberg Professional.

-SPSS Statistics (Statistical Package for the Social Sciences—статистический пакет для социальных наук).

- базы данных Росстата: ЦБСД, ЕМИСС, ССРД МВФ

-Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>

-Система комплексного раскрытия информации «СКРИН»  
<http://www.skrin.ru/>

-Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>

-Информационно-образовательный портал Финуниверситета:  
<http://portal.ufrf.ru>.

- Научная электронная библиотека [«eLibrary.ru»](http://eLibrary.ru);

- Электронно-библиотечная система «ZNANIUM.COM» [www.znanium.com](http://www.znanium.com)

### **11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации**

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для осуществления образовательного процесса в рамках дисциплины необходимо наличие специальных помещений.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения лекций, семинарских и практических занятий, выполнения курсовых групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Проведение лекций и семинаров в рамках дисциплины осуществляется в помещениях:

- оснащенных демонстрационным оборудованием;
- оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет»;
- обеспечивающих доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.