

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Пекаревский Борис Владимирович
Должность: Проректор по учебной и методической работе
Дата подписания: 24.09.2021 22:38:29
Уникальный программный ключ:
3b89716a1076b80b2c167df0f27c09d01782ba84



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный технологический институт
(технический университет)»
(СПбГТИ(ТУ))

**Рабочая программа модуля
ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС
Направление подготовки
БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА**

Направленность программы бакалавриата:
ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС

Уровень подготовки
Бакалавриат

Форма обучения
Заочная

Факультет **Экономики и менеджмента**
Кафедра **Бизнес-информатики**

Санкт-Петербург
2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	3
2. Место модуля в структуре образовательной программы	5
3. Объем модуля	6
4. Содержание модуля.....	7
4.1. Разделы модуля и виды занятий	7
4.2. Занятия лекционного типа	7
4.3. Занятия семинарского типа	9
4.3.1. Семинары, практические занятия	9
4.3.2. Лабораторные работы	11
4.4. Самостоятельная работа обучающихся.....	12
4.5. Курсовое проектирование.....	14
4.5.1. Порядок выполнения курсовой работы.....	14
4.3.2. Темы курсовой работы.....	19
5 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю	21
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации	21
7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения модуля.....	22
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля	23
9. Методические указания для обучающихся по освоению модуля.....	24
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю	25
10.1. Информационные технологии.....	25
10.2. Лицензионное программное обеспечение.....	25
10.3. Информационные справочные системы.....	25
11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю	26
12. Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.....	26
Приложение 1 Фонд оценочных средств по модулю «ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС»	Ошибка! Закладка не определена.

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

В результате освоения образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по модулю:

<i>Коды компетенции</i>	Результаты освоения ОПОП (содержание компетенций)	Перечень планируемых результатов обучения по модулю
ПК-6	Управление контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тематическая область электронного бизнеса - концепция и модели предпринимательской деятельности в Интернет; - анализ и сегментация целевой аудитории; - стратегические аспекты планирования; - Контент-маркетинг; - Социальная коммерция; - Системы веб-аналитики; - Контент-маркетинг; - Таргетированная реклама; - Тактические аспекты продвижения; - E-mail маркетинг. <p>Уметь: Проводить сравнительный анализ информационных сервисов и управление контентом предприятия для этих контент-сервисов</p> <p>Владеть: Навыками управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов)</p>
ДПК-1	Умением разрабатывать современные интернет-магазины с использованием современных методов для повышения уровня юзабилити сайтов.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Эффективные лендинги и интернет магазины; - Методы для повышения уровня юзабилити сайтов; - Анализ конкурентов; - Структура сайта; - SEO-продвижение; - Системы веб-аналитики; - Системы электронных платежей; - Медийная (баннерная) реклама; - Контекстная реклама. <p>Уметь: - формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями</p> <p>Владеть:</p>

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП (содержание компетенций)	Перечень планируемых результатов обучения по модулю
		Навыками продвижения бизнес-сайтов, организацией продажи в среде Интернет, умением разрабатывать современные интернет-магазины
ПК-3	Выбор рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Особенности использования информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом; - Принципы исследования объекта экономики и оптимизации его деятельности на основе автоматизации; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Осуществлять оптимизацию организационной, функциональной и информационной структуры предприятия с применением средств автоматизации; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Навыками использования информационно-коммуникативных технологий для решения задач управления бизнеса;
ПК-15	Умение проектировать архитектуру электронного предприятия	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Модели архитектуры предприятия, разработанные в корпоративной среде; - Альтернативные методики проектирования архитектуры предприятия; - Планирование преобразований с использованием плана перехода. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять современные методики проектирования архитектуры электронного предприятия для решения различных прикладных задач; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> навыками проектирования архитектуры электронного предприятия

2. Место модуля в структуре образовательной программы

Модуль относится к вариативной части БЛОКА 1 (Б1.В.02) и изучается на 4 курсе в 10, 11 и 12 триместрах.

В методическом плане модуль опирается на элементы компетенций, сформированные при изучении модулей «Информационные технологии».

Полученные в процессе изучения модуля «*Электронный бизнес*» знания, умения и навыки могут быть использованы при изучении модуля «Позиционирование электронных предприятий», а также при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

3. Объем модуля

Вид учебной работы	Всего, академических часов
	Заочная форма обучения
Общая трудоемкость модуля (зачетных единиц/ академических часов)	20/ 720
Контактная работа с преподавателем:	62
1.занятия лекционного типа, в т.ч.	16
<i>1.1. занятия лекционного типа 10 триместра</i>	16
<i>1.2. занятия лекционного типа 11 триместра</i>	0
<i>1.3 занятия лекционного типа 12 триместра</i>	0
2. занятия семинарского типа, в т.ч.	46
2.1. семинары, практические занятия	46
<i>2.1.1 практические занятия 10 триместра</i>	0
<i>2.1.2. практические занятия 11 триместра</i>	0
<i>2.1.3. практические занятия 12 триместра</i>	46
2.2. лабораторные работы	0
<i>2.2.1. лабораторные работы 10 триместра</i>	0
<i>2.2.2. лабораторные работы 11 триместра</i>	0
<i>2.2.3. лабораторные работы 12 триместра</i>	0
курсовое проектирование (КР или КП)	КР
Контроль	9
другие виды контактной работы	
Самостоятельная работа, т.ч.	649
<i>Курсовое проектирование</i>	116
<i>самостоятельная работа 10 триместра</i>	200
<i>самостоятельная работа 11 триместра</i>	252
<i>самостоятельная работа 12 триместра</i>	197
Форма текущего контроля (контроль разделов курсовой работы, индивидуальное задание, устный опрос, тестирование)	Работы по освоению компетенций
Форма промежуточной аттестации (КР, экзамен)	Итоговое тестирование, защита курсовой работы

4. Содержание модуля

4.1. Разделы модуля и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела модуля	Занятия лекционного типа, акад. часы	Занятия семинарского типа, акад. часы		Самостоятельная работа, акад. часы	Формируемые компетенции
			Семинары и/или практические занятия	Лабораторные работы		
1.	Раздел 1. "Проектирование архитектуры электронного предприятия"	4	14	0	200	ПК-15
2.	Раздел 2. "Управление контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов"	2	6	0	72	ПК-6
3.	Раздел 3. "Разработка интернет-магазинов с использованием современных методов для повышения уровня юзабилити сайтов"	4	12	0	180	ДПК-1
4.	Раздел 4. "Информационные системы и информационно-коммуникативные технологии решения для управления бизнесом"	6	14	0	197	ПК-3
	Итого	16	46	0	649	

4.2. Занятия лекционного типа

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
1/10	РАЗДЕЛ 1 "Проектирование архитектуры электронного предприятия" Лекция 1. Тематическая область электронного бизнеса. План: Понятие электронного бизнеса. Проектирование архитектуры предприятия для электронного бизнеса.	2	Слайд-презентация
	Лекция 2. Концепция и модели предпринимательской деятельности. План: Концепция предпринимательской деятельности в Интернет. Модели предпринимательской деятельности в Интернет. Модели архитектуры предприятия для электронных предприятий	2	
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 10 триместр	4 4	

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Иновационная форма
2/10	РАЗДЕЛ 2 "Управление контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов" Лекция 3. E-mail маркетинг. План: Форма подписки. Возвращать посетителей основная задача. Спамеры vs спам-фильтры. Факторы попадания писем в спам. Основная задача email-маркетинга	2	Слайд-презентация
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 10 триместр	2 2	
3/10	РАЗДЕЛ 3 "Разработка интернет-магазинов с использованием современных методов для повышения уровня юзабилити сайтов" Лекция 4. Эффективные лендинги и интернет магазины. План: Цели создания лендинга. Цели лендинга и цели клиента. Настоящие и фальшивые цели. Многостраничный одностраничник. Основные элементы и блоки Landing. Способы копирования Landing. Виды интернет-магазинов. Движки Интернет-Магазинов (OpenCart, 1С-Битрикс, cs-cart, PHPShop, DataLife Engine, Joomla, Wordpress, готовые скрипты магазинов)	2	Слайд-презентация
3/10	Лекция 5. Юзабилити сайта. План: Повышение удобства и конверсии сайта.	2	Слайд-презентация
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 10 триместр	4 4	
4/10	РАЗДЕЛ 4 "Информационные системы и информационно-коммуникативные технологии решения для управления бизнесом" Лекция 6. SEO продвижение. План: История поискового продвижения. Устройство поисковой системы. Ранжирование в поисковой системе. Позиции в поисковой системе и трафик. Снippets. Ранжирование. Алгоритмы и факторы. Важная терминология. Таргетинги и синергия.	2	Слайд-презентация
4/10	Лекция 7. Определение ключевых показателей эффективности. План: Рыночная ситуация. Отслеживание звонков.	2	Слайд-презентация
4/10	Лекция 8. Контекстно-медийная сеть (КМС) в Google Adwords. План: Обзор КМС в Google Adwords. Места размещения КМС. Методы таргетинга в КМС. Форматы объявлений в КМС	2	Слайд-презентация

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	Google Adwords. Создание рекламной компании в КМС с таргетингом на ключевые слова. Исключение в КМС Google Adwords. Обзор интерфейса КМС при создании рекламной компании. Создание текстовых объявлений в КМС. Создание графических объявлений в КМС.		
	ИТОГО по разделу 4, в т.ч.	6	
	10 триместр	6	
	ИТОГО по модулю	16	

4.3. Занятия семинарского типа

4.3.1. Семинары, практические занятия

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	РАЗДЕЛ 1 "Проектирование архитектуры электронного предприятия"		
1/12	Практическое занятие 1. Анализ целевой аудитории. План: Алгоритм сегментирования в2в. ABC - анализ. RFM- анализ. Типовые персонажи	2	Ответы на вопросы теста
1/12	Практическое занятие 2. Сообщество соц. сетей. План: Контент для социальных сетей. Частные случаи использования. Кейс практика smm	2	Ответы на вопросы теста
1/12	Практическое занятие 3. Разработка контент-маркетинга. План: Разработка стратегии контент-маркетинга. Интернет-каналы распространения контента.	2	Ответы на вопросы теста
1/12	Практическое занятие 4. Таргетированная реклама Вконтакте. План: Объекта для рекламы.	2	Ответы на вопросы теста. Устный опрос
1/12	Практическое занятие 5. Создание роликов в YouTube. План: определение ЦА и цели ваших роликов. Производство роликов при помощи вебкамеры, настройка разрешения видео и его форматов.	2	Ответы на вопросы теста
1/12	Практическое занятие 6. Раскрутка видео на YouTube План: Встраивание роликов YouTube в ваш сайт/блог и добавление ссылки под видео.	2	Ответы на вопросы теста
1/12	Практическое занятие 7. Раскрутка видео на YouTube План: Распространение ваших роликов на тематических сайтах, соц.сетях и других видеосайтах. Оптимизация видео для поиска, подбор тегов и ключевых слов.	2	Ответы на вопросы теста
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч.	14	

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	12 триместр	14	
	РАЗДЕЛ 2 "Управление контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов"		
2/12	Практическое занятие 8. Привлечение клиентов LinkedIn. План: Личный брендинг: повышение вашей известности и доверия к вам в LinkedIn.	2	Ответы на вопросы теста
2/12	Практическое занятие 9. E-mail рассылка. План: Создание смысловой карты.	2	Ответы на вопросы теста. Устный опрос
2/12	Практическое занятие 10. E-mail маркетинг. План: Увеличение конверсии за счет up-sales. Внедрение технологии Product Launch. Создание контента для сегментированной аудитории.	2	Ответы на вопросы теста
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч.	6	
	12 триместр	6	
	РАЗДЕЛ 3 "Разработка интернет-магазинов с использованием современных методов для повышения уровня юзабилити сайтов"	2	
3/12	Практическое занятие 11. Контент. План: Контент на сайте: тексты и графика. Контент для B2C и B2B.		Ответы на вопросы теста
3/12	Практическое занятие 12. Формирование гипотез. План: Получение данных о пользователе. Способы проверки гипотез и оценка эффективности изменений гипотез для оптимизации сайта.	2	Ответы на вопросы теста. Устный опрос
3/12	Практическое занятие 13. Формирование гипотез. План: Получение данных о пользователе. Способы проверки гипотез и оценка эффективности изменений гипотез для оптимизации сайта.	2	Ответы на вопросы теста
3/12	Практическое занятие 14. Источники клиентов. План: Целевые и подписные страницы в соц сетях. Создание тематических топиков на крупных форумах.	2	Ответы на вопросы теста
3/12	Практическое занятие 15. Установка счетчика веб-аналитики. План: Отфильтровать IP в сервисах статистики. Установить и настроить цели в Yandex Metrica и Google Аналитика. Написать способы сегментации в аккаунте Google Adwords.	2	Ответы на вопросы теста
3/12	Практическое занятие 16. Мобильные приложения. План: Создание мобильного приложения	2	Ответы на вопросы теста

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	для бизнеса через сервис		
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч.	12	
	12 триместр	12	
4/12	РАЗДЕЛ 4 "Информационные системы и информационно-коммуникативные технологии решения для управления бизнесом" Практическое занятие 17. Сервисные и дополнительные услуги. План: Разработать комплекс сервисных и дополнительных услуг, предлагаемых для подкрепления любых 10 товаров.	2	Ответы на вопросы теста. Устный опрос
4/12	Практическое занятие 18. Мониторинг. План: Мониторинг smm. Мониторинг форумов/блогов. Мониторинг цен и ассортимента. Мониторинг магазинов на территории СНГ.	2	Ответы на вопросы теста
4/12	Практическое занятие 19. Яндекс Директ. План: Подбор запросов для Директа. Инструменты. Составление объявлений.	2	Ответы на вопросы теста
4/12	Практическое занятие 20. Аналитика рекламной компании. План: Аналитика в контекстной рекламе. Анализ посещаемости. Затрат. UTM метки.	2	Ответы на вопросы теста
4/12	Практическое занятие 21. Начало работы с Google Adwords. План: Определить вашу ЦА, подробно описать ее. 8 УТП для объявлений.	2	Ответы на вопросы теста. Устный опрос
4/12	Практическое занятие 22. Создание правил автоматизации. План: Создать правило автоматизации - автоматическое повышение цены клика и обосновать его. Создать правило автоматизации - автоматическое понижение цены клика и обосновать его.	2	Ответы на вопросы теста
4/12	Практическое занятие 23. Планирование рекламной компании. План: Этапы планирования баннерной рекламы. Анализ аудитории и определение параметров для ЦА. Анализ посадочной страницы перед запуском медийной рекламы.	2	Ответы на вопросы теста
	ИТОГО по разделу 4, в т.ч.	14	
	12 триместр	14	
	ИТОГО по модулю	46	

4.3.2. Лабораторные работы

Не предусмотрены учебным планом.

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

Содержание самостоятельной работы

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	РАЗДЕЛ 1 "Проектирование архитектуры электронного предприятия"		
1/10	Тематическая область электронного бизнеса.	12	Ответы на вопросы теста
1/10	Концепция и модели предпринимательской деятельности.	12	Ответы на вопросы теста
1/10	Модели электронного бизнеса.	12	Ответы на вопросы теста
1/10	Введение в профессию маркетинг и бизнес.	12	Ответы на вопросы теста
1/10	Курсовое проектирование. Выдача заданий. Выбор предприятия для выполнения курсовой работы	12	Ответы на вопросы теста. Курсовая работа.
1/10	Курсовое проектирование. Онлайн продвижение.	12	Ответы на вопросы теста. Курсовая работа.
1/10	Маркетинг в социальных медиа.	12	Ответы на вопросы теста
1/10	Контент-маркетинг.	12	Ответы на вопросы теста
1/10	Социальная коммерция.	13	Ответы на вопросы теста
1/10	Таргетированная реклама.	13	Ответы на вопросы теста, индивидуальное задание
1/10	Реклама в MyTarget.	13	Ответы на вопросы теста
1/10	Курсовое проектирование. Создание рекламной компании Facebook.	13	Ответы на вопросы теста. Курсовая работа.
1/10	Твиттер+ Инстаграм + Одноклассники.	13	Ответы на вопросы теста
1/10	Google+ .	13	Ответы на вопросы теста
1/10	YouTube для бизнеса.	13	Ответы на вопросы теста
1/10	Pinterest для бизнеса	13	Ответы на вопросы теста
	ИТОГО по разделу 1	200	
	10 триместр	200	

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	РАЗДЕЛ 2 "Управление контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов"		
2/11	Эффективный бизнес в LinkedIn	25	Ответы на вопросы теста
2/11	Курсовое проектирование. E-mail рассылка.	25	Ответы на вопросы теста. курсовая работа, индивидуальное задание
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 11 триместр	50 50	
	РАЗДЕЛ 3 "Разработка интернет-магазинов с использованием современных методов для повышения уровня юзабилити сайтов"		
3/11	Эффективные лендинги и интернет магазины.	25	Ответы на вопросы теста
3/11	Инструкции по разработке сайта (дизайн и верстка)	25	Ответы на вопросы теста
3/11	Курсовое проектирование. Анализ трафика.	25	Ответы на вопросы теста. Курсовая работа.
3/11	Интернет-маркетинг: лучшие бесплатные инструменты.	25	Ответы на вопросы теста, индивидуальное задание
3/11	Системы веб-аналитики.	25	Ответы на вопросы теста
3/11	Системы электронных платежей	25	Ответы на вопросы теста
3/11	Мобильный электронный бизнес.	26	Ответы на вопросы теста
3/11	Товарная политика и рынок услуг в интернете.	26	Ответы на вопросы теста
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 11 триместр	202 202	
	РАЗДЕЛ 4 "Информационные системы и информационно-коммуникативные технологии решения для управления бизнесом"	14	
4/12	SEO продвижение.		Ответы на вопросы теста
4/12	Курсовое проектирование. Конкуренты и их позиционирование.	14	Ответы на вопросы теста. Курсовая работа

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
			та.
4/12	Определение ключевых показателей эффективности.	14	Ответы на вопросы теста
4/12	Контекстная реклама.	14	Ответы на вопросы теста, индивидуальное задание
4/12	Google Adwords вступление	28	Ответы на вопросы теста
4/12	Google Adwords для предпринимателей	14	Ответы на вопросы теста
4/12	Google Adwords подготовка к запуску рекламной компании.	14	Ответы на вопросы теста
4/12	Автоматизация в Google Adwords.	14	Ответы на вопросы теста
4/12	Yandex Direct вступление.	14	Ответы на вопросы теста
4/12	Контекстно-медийная сеть (КМС) в Google Adwords.	14	Ответы на вопросы теста
4/12	СРА и лидогенерация как бизнес	14	Ответы на вопросы теста
4/12	Медийная (баннерная) реклама.	14	Ответы на вопросы теста
4/12	Курсовое проектирование. Запуск баннерной рекламы.	15	Ответы на вопросы теста. Курсовая работа.
	ИТОГО по разделу 4, в т.ч.	197	
	12 триместр	197	
	ИТОГО по модулю, в т.ч.	649	
	Курсовое проектирование	116	

4.5. Курсовое проектирование

Курсовое проектирование по модулю «Электронный бизнес» предполагает самостоятельную работу обучающегося.

Самостоятельная работа	116 часов
------------------------	-----------

4.5.1. Порядок выполнения курсовой работы

В рамках учебного модуля «**Электронный бизнес**» предусмотрено выполнение курсовой работы «Управление контентом предприятия и Интернет-ресурсов для компании», представляющей собой выполненную в письменном виде самостоятельную учебную работу обучающегося, раскрывающую теоретические и практические проблемы избранной темы на примере конкретной организации.

Выполнение курсовой работы предполагает углубление и систематизацию полученных знаний в целом и по избранной теме в частности; выработку навыков сбора и

обобщения практического материала, работы с первоисточниками; развитие умений применять полученные знания для решения конкретных научных и практических проблем, формулировать и аргументировать собственную позицию в их решении.

Задание на выполнение курсовой работы

1. Проведите анализ и охарактеризуйте предприятие

- 1.1. Опишите основные виды деятельности
- 1.2. Опишите организационную структуру фирмы. (Форма представления - на выбор студента)
- 1.3. Обозначьте отличия B2B и B2C для вашей предметной области

2. Проектирование сайта

- 2.1. Сформулируйте основные цели создания сайта компании или интернет-магазина. (Минимум 10)
- 2.2. Сформулируйте основные требования к сайту. (Минимум 20)
- 2.3. Приведите экономическое обоснование создания сайта (интернет-магазина).

3. Регламентация бизнес процессов

- 3.1. Обоснуйте выбор описываемых бизнес-процессов и выбранной нотации.
- 3.2. Опишите ключевые бизнес-процессы магазина с помощью выбранной нотации (BPMN,UML,ARIS).(2-3 схемы с описанием)

4. Опишите основных потребителей

- 4.1. Создайте аватар клиента по пунктам.

5. Опишите основных конкурентов

- 5.1. Проведите анализ сайтов ваших основных конкурентов. Следует найти 5-10 реальных сайтов согласно вашему варианту и описать его.

6. Создайте свое собственное название и логотип.

- 6.1. Опишите факторы, которыми вы руководствовались при нейминге
- 6.2. Создайте статистику цветов и форм логотипов ваших конкурентов. Опишите как цвет и форма влияют на клиентов
- 6.3. Создайте свой собственный логотип, опираясь на проделанный вами анализ конкурентных логотипов, используя при этом специализирующийся на этом сервис (Logo generation) или фотошоп.
 - 6.3.1. Опишите факторы, которыми вы руководствовались при создании логотипа.
 - 6.3.2. Укажите, где планируется размещать ваш логотип, на каких объектах города, информационных стендах, обоснуйте эти решения. Опишите масштабы логотипа в приведенных вами условиях.

7. Проведите анализ подходов создания интернет магазина

- 7.1. Опишите основные требования для программного обеспечения
- 7.2. Обоснуйте выбор размещения вашего сайта на своем сервере, на хостинге компании или в облаке (конструктор сайтов, облачный интернет магазин). Приведите достоинства и недостатки каждого направления
- 7.3. Проведите анализ существующих платформ (минимум 10 платформ) для создания интернет магазина. (Необходимо составить сравнительную таблицу, определить критерии выбора - минимум 15 критериев)
 - 7.3.1. Проведите анализ бесплатных платформ
 - 7.3.1.1. Опишите плагины на основе которых работают инструменты интернет-магазина на основе данной платформы (плагины могут подключаться функ-

ционально и быть платными), так же опишите вариант приобретения платного решения на базе бесплатной платформы как аналог платных решений, примите в учет ресурсы на реализацию как один из основных факторов (например, покупка темы для WordPress)

- 7.3.1.2. Провести финансовые расчеты по затратам в виде таблицы
- 7.3.2. Анализ платных платформ
 - 7.3.2.1. Опишите плагины на основе которых работает данная платформа. (Плагины могут подключаться функционально и быть платными)
 - 7.3.2.2. Провести финансовые расчеты по затратам в виде таблицы
- 7.4. Проведя анализ существующих платформ в таблице, обоснуйте свой выбор
 - 7.4.1. На основе выбранного вами программного обеспечения создайте интернет магазин (сайт), представьте ссылки (скриншоты) и подробный отчет по всем проделанным действиям.
 - 7.4.2. Если сайт размещается на хостинге, то опишите процесс выбора хостинга.
 - 7.4.2.1. Привести альтернативные варианты выбранного вами хостера (минимум 3)
 - 7.4.2.2. Провести сравнение. (Формат таблицы, критерии сравнения придумать самому)

8. Юзабилити

- 8.1. Составьте дерево интернет магазина. (Схема)
 - 8.2. Провести анализ сайтов конкурентов на предмет юзабилити (скриншоты + выводы). Разобрать минимум 10 кейсов.
 - 8.3. Представьте список проделанных решений по повышению юзабилити сайта (скриншоты с описанием). Представить минимум 10 использованных подходов по повышению юзабилити.
9. Продвижение сайта компании (интернет-магазина)
- 9.1. Опишите стратегию продвижения вашего сайта.
 - 9.2. Сформулируйте основные требования, которых вы хотите достичь в результате продвижения. (Представьте в виде таблицы (Два столбца – Требования и ваши возможности))
 - 9.2.1. Составьте программу действий по реализации этих требований.(Timeline)
 - 9.2.1.1. Рассмотрите план действий и инструменты, которые будут использоваться в зависимости от ситуации, на основе трех вариантов бюджета: очень высокий, средний, низкий (размер бюджетов определяется самостоятельно на основе заданной предметной области)
 - 9.2.1.2. Контекстная реклама
 - 9.2.1.2.1. Проведите анализ ключевых слов (yandex word stat, google trends)
 - 9.2.1.2.2. Создайте по 10 проработанных объявлений контекстной рекламы в yandex direct и google adwords на различные товары (услуги) с указанием страниц сайта на которые ведет ссылка. Подтвердите проделанную работу скриншотами объявлений и скриншотами страницы сайта на которое ведет данная ссылка.
 - 9.2.1.3. e-mail рассылка
 - 9.2.1.3.1. Выберете сервис и обоснуйте свой выбор (unisender, Smartresponder, Mailchimp, Getresponse и т.д.) напишите недостатки и преимущества данного

- сервиса. Выбор данного сервиса оформить в виде таблицы с критериями выбора.
- 9.2.1.3.2. Создайте велком-цепочку писем для привлечения подписчиков и тем самым повысить интерес подписчика к нашему бизнесу (цепочка включает в себя 10 проработанных писем). Письма необходимо оформить в html формате с логотипом компании, цветовым дизайном и ссылками на соц. сети и сайт. Представьте скриншоты всех писем с описанием логики их последовательности.
- 9.2.1.3.3. Создайте разные варианты писем для рассылок (по 2 письма каждого типа с указанием события предшествующего их отправке):
- А) контентные
 - Б) транзакционные
 - В) продающие
 - Г) триггерные
- 9.2.1.3.4. Опишите каким образом для вашей предметной области возможно собрать базу подписчиков
- 9.2.1.3.5. Создайте на сайте форму подписки и интегрируйте ее с выбранным сервисом
- 9.2.1.3.6. Проведите рассылку по вашим знакомым или одноклассникам (применив АВ рассылку писем)
- 9.2.1.3.7. Предоставьте скриншот результатов рассылки (статистика; АВ тестирование, доставляемость письма, кликабельность т.е. переходы на сайт, конверсию)
- 9.2.1.3.8. Основываясь на статистике приведите примеры того, как улучшить данные показатели.
- 9.2.1.4. СРА
- 9.2.1.4.1. Опишите основные виды действий, которые будут оплачиваться. Обоснуйте свой выбор
- 9.2.1.4.2. Анализируйте СРА сети и сравните минимум 5, выбрав лучшую сеть
- 9.2.1.4.3. Опишите способы оплаты, выберете подходящий для вас способ, обоснуйте свой выбор
- 9.2.1.4.4. Опишите источники трафика, сравните, выберете лучший и обоснуйте выбор
- 9.2.1.4.5. Сравните СРА модель и любой другой способ рекламы. Приведите плюсы и минусы каждого способа.
- 9.2.1.4.6. Найдите минимум 3 сервиса и 5 фрилансеров, которые занимаются рекламой, используя СРА модель. (Скриншоты+ссылки)
- 9.2.1.4.7. Сравните услуги сервисов и фрилансеров, используйте для этого таблицу (критерии придумать самому – минимум 10) , и сделайте обоснованный выбор в чью-то пользу (возможно использование услуг и сервиса, и фрилансера, но это нужно обосновать с экономической точки зрения)
- 9.2.1.5. SMM
- 9.2.1.5.1. Опишите стратегии реализации SMM, сравните их и выберете наиболее подходящую для вас, обосновав свое решение

- 9.2.1.5.2. Сравните минимум 10 платформ для реализации SMM, выберете 5 наиболее подходящих из них, обосновав свое решение
- 9.2.1.5.3. Кратко опишите процесс SMO, интегрируйте стратегии SMM и SMO на своем сайте
- 9.2.1.5.4. Создайте аккаунт в соц.сетях для продвижения интернет магазина с помощью SMM.
- 9.2.1.5.5. Проведите SMM кампанию. (Предоставьте скриншоты и ссылки на проделанную работу). Создайте группу в выбранной социальной сети.
- 9.2.1.5.6. Разработайте контент план на две недели с учетом двух постов каждый день в формате эксель (день недели, время, контент, картинка). Обоснуйте выбор времени для размещения постов.
- 9.2.1.5.7. Сравните услуги 3 агенств, 2 сервисов и 5 фрилансеров в области SMM.(Таблица, критерии придумать самостоятельно – минимум 15)
- 9.2.1.6. Другие способы продвижения
- 9.2.2. Опишите возможности, которые появятся у вас после реализации программы. Создайте timeline для наглядности процесса.
- 9.2.3. Проведите анализ экономической эффективности продвижения. Следует брать обоснованные цифры, процентные соотношения, исходя из вашего опыта.
- 10. Опишите процесс ценообразования товаров, которые вы представите на своем сайте.
 - 10.1. Сформулируйте основные задачи ценообразования.
 - 10.2. Обоснуйте выбранную вами стратегию установления цен.
- 11. Опишите способы оплаты и доставки.**
 - 11.1. Сделайте обоснованный выбор между приведенными вами выше способами. (Сравнительная таблица, пункты сравнения выбрать самому, + описание)
 - 11.2. Зарегистрируйтесь в выбранной платежной системе и добавьте форму оформления покупки на сайт
 - 11.3. Представьте страницу вашего интернет-магазина, на которой будут реализованы эти способы. (Скриншот)
- 12. Проведите SWOT-анализ своего интернет магазина, визуализируйте полученные данные. (Таблица для swot-анализа – можно найти в интернете)
 - 12.1. Опишите ваши дальнейшие действия, опираясь на полученную информацию.
 - 12.2. Приведите статистику ваших клиентов на конкретный момент, после всей проделанной вами работы.
 - 12.2.1. Опишите какими способами вы будете удерживать ваших клиентов.
 - 12.2.2. Создайте собственную дисконтную и бонусную системы.
 - 12.2.2.1. Обоснуйте ваши решения и составьте прогноз «удержанные\потерянные клиенты» до и после создания систем.
- 13. Составьте воронку продаж с точным описание количества клиентов, которое отсеивается на определенном этапе
 - 13.1. Должно быть представлено описание + скриншоты, т.е проходит некоторое время после продвижения вашего сайта и только после этого вы должны провести данный анализ. Минимум 30 заказов – могут быть имитированы вами, либо от реальных клиентов

14. Разработайте инструкцию для владельца интернет-магазина со скриншотами готовых страниц вашего сайта. В нее должны быть обязательно включены следующие пункты:
- Подготовка контента (добавление страниц, редактирование контента)
 - Добавление товара
 - Изменение цены на товар
 - Проведение акций, привести примеры проведения акций на сайте
 - Редактирование главной страницы сайта
 - Объединение товаров в группы для интернет-магазинов
 - Подготовка сайта к праздничным дням
 - Работа с мобильной версией сайта
 - Работа с подключенными плагинами
15. Выводы по проделанной работе
16. Список использованных источников

4.5.2. Темы курсовой работы

В данном виде учебной работы обучающегося присутствуют элементы самостоятельного научного исследования. Работа выполняется по индивидуальным вариантам. Примеры типовых вариантов представлены ниже.

1. Проектирование и продвижение сайта рекламных конструкций.
2. Проектирование и продвижение сайта компании, специализирующейся на создании микросхем и процессоров.
3. Проектирование и продвижение сайта интернет-магазина радиотехники
4. Проектирование и продвижение сайта интернет-магазина эксклюзивного шоколада
5. Проектирование и продвижение сайта интернет-магазина мыла ручной работы
6. Проектирование и продвижение сайта школы танцев
7. Проектирование и продвижение сайта фото-видео студии
8. Проектирование и продвижение сайта клиники генетических исследований
9. Проектирование и продвижение сайта СПА салона
10. Проектирование и продвижение сайта тур фирмы
11. Проектирование и продвижение сайта инфобизнеса
12. Проектирование и продвижение сайта курсов для школьников
13. Проектирование и продвижение сайта пошива одежды
14. Проектирование и продвижение сайта коллекторского агентства
15. Проектирование и продвижение сайта курсов по 1С
16. Проектирование и продвижение сайта студии по созданию сайтов
17. Проектирование и продвижение сайта компании для многоцелевого продвижения бизнеса
18. Проектирование и продвижение сайта аудита ИТ
19. Проектирование и продвижение сайта автоматизации бизнес-процессов в компании

20. Проектирование и продвижение сайта аудита ИБ и внедрение решений по информационной безопасности
21. Проектирование и продвижение сайта проектирования и продвижения
22. Проектирование и продвижение сайта по разработке проекта ИТ-инфраструктуры компании
23. Проектирование и продвижение сайта внедрения решений на базе 1С в компании
24. Проектирование и продвижение сайта внедрения CRM систем
25. Проектирование и продвижение сайта курсов повышения квалификации сотрудников
26. Проектирование и продвижение сайта курсов MBA
27. Проектирование и продвижение сайта страховой компании
28. Проектирование и продвижение сайта продажи 3D-принтеров
29. Проектирование и продвижение сайта интернет-магазина для умного дома
30. Проектирование и продвижение сайта стилиста и для подбора имиджа
31. Проектирование и продвижение сайта оформления креативных пространств
32. Проектирование и продвижение сайта доставки еды на дом
33. Проектирование и продвижение сайта вывоза и переработки мусора
34. Проектирование и продвижение сайта сети игровых магазинов.
35. Проектирование и продвижение сайта аукциона китайской компьютерной техники.
36. Проектирование и продвижение сайта продажи сельскохозяйственных продуктов
37. Проектирование и продвижение сайта дизайнерского агентства.
38. Проектирование и продвижение сайта юридической компании.
39. Проектирование и продвижение сайта интернет-магазина автозапчастей.
40. Проектирование и продвижение сайта студии web-дизайна.
41. Проектирование и продвижение сайта топливной компании.
42. Проектирование и продвижение сайта компании по предоставлению ИТ-услуг.
43. Проектирование и продвижение сайта брокерской фирмы.
44. Проектирование и продвижение сайта интернет-магазина очков виртуальной реальности

5 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы по модулю и требования по выполнению изложены в СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. «Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению» и размещены в электронной информационно-образовательной среде СПбГТИ(ТУ) <https://technolog.bibliotech.ru/Account/OpenID>

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Своевременное выполнение обучающимся мероприятий текущего контроля позволяет превысить (достигнуть) пороговый уровень («удовлетворительно») освоения предусмотренных элементов компетенций. Текущий контроль по учебному модулю проводится в форме контроля разделов курсовой работы, индивидуальных заданий, устного опроса, тестирования.

Результаты учебного модуля считаются достигнутыми, если для всех элементов компетенций превышен (достигнут) пороговый уровень освоения компетенции на данном этапе.

Промежуточная аттестация по учебному модулю проводится в форме итогового тестирования и защиты курсовой работы.

Итоговый тест предусматривают выборочную проверку освоения предусмотренных элементов компетенций и комплектуются вопросами (заданиями).

При сдаче промежуточной аттестации, обучающийся получает 30 вопросов из перечня вопросов, время работы студента с итоговым тестом - 90 мин.

Тест содержит вопросы по всем компетенциям, освоение которых необходимо подтвердить.

Ниже приводятся примеры тестовых вопросов.

ДПК-1

Какой самый популярный вид лендинга?

а) STR-целевые страницы

б) вирусный лендинг

в) главная страница

г) микросайт

Какие изображения используют для визуального контента на целевой странице?

а) ассоциирующиеся (с товаром, услугой, компанией) изображения

б) разные красивые изображения

в) не связанные (с товаром, услугой, компанией) изображения

г) яркие, для привлечения внимания

ПК-6

Использованию Интернет в бизнесе способствует (выбрать неправильный ответ):

а) дешевый доступ

б) обширная сеть информации и ресурсов

в) быстрые и мощные связи

г) дешевые транспортные услуги

Электронный бизнес – это

- а) деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей компании;**
- б) деловая активность, использующая возможности транспортировки продукции на дальние расстояния
- в) деловая активность, использующая возможности импорта товаров из стран СНГ
- г) деловая активность, использующая возможности кадрового обеспечения предприятия

ПК-3

К факторам, воздействующим на предпринимательскую деятельность, не относятся:

- а) фактор текущих спросовых и ресурсных ограничений
- б) фактор систематического информационно-рекламного сопровождения продаж и эффективной работы сбытовых сетей
- в) фактор получения положительных отзывов о продукте**
- г) фактор интенсивности и регулярности мероприятий

К факторам, определяющим развитие электронного бизнеса, не относятся:

- а) уровень унификации продукции
- б) уровень автоматизации бизнес-процессов
- в) уровень развития сетевой инфраструктуры
- г) уровень обеспечения населения интернетом**

ПК-15

Преимущество(а) интернета для различных видов коммерческой деятельности состоят в следующем (Неправильно):

- а) выход на мировой рынок
- б) постоянный контакт
- в) возможность пользоваться электронной библиотекой**
- г) изучение рынка

К факторам, влияющим на развитие технологий электронного бизнеса относятся:

- а) уровень развития средств осуществления электронных платежей**
- б) наличие удобных и относительно недорогих способов доставки товаров потребителям и т.п.**
- в) уровень безработицы в стране**
- г) уровень правового регулирования электронной торговли**

7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения модуля

а) Основная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 363 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01174-6. (ЭБС «Юрайт»)
2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 372 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. (ЭБС «Юрайт»)

3. Зараменских, Е. П. Основы бизнес-информатики : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Зараменских. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 407 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8210-7. (ЭБС «Юрайт»)

б) дополнительная литература:

1. Карпова С.В. Инновационный маркетинг. Учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 457 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN: 978-5-534-00354-3. (ЭБС «Юрайт»)
2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 384 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06976-1. (ЭБС «Юрайт»)
3. Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. (ЭБС «Юрайт»)
4. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1. : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общ. ред. Н. Н. Молчанова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 257 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02363-3. (ЭБС «Юрайт»)

Литературные источники модуля должны указываться обучающимися в курсовых работах , рефератах, эссе и т.д.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля

учебный план, РПМ и учебно-методические материалы:<http://technolog.edu.ru>

Электронно-библиотечные системы

1. **Электронная библиотека СПбГТИ(ТУ) (на базе ЭБС «БиблиоТех»)**
Принадлежность – собственная СПбГТИ(ТУ).
Договор на передачу права (простой неисключительной лицензии) на использования результата интеллектуальной деятельности ООО «БиблиоТех»
ГК№0372100046511000114_135922 от 30.08.2011
Адрес сайта – <http://bibl.lti-gti.ru/>
2. **Электронная библиотечная система «Юрайт»** <https://biblio-online.ru>
Принадлежность – сторонняя.
Договор № 346 от 09.01.2017.
Договор № 3148 от 28.12.2017
3. **E-library.ru – научная электронная библиотека -** <http://elibrary.ru>
Принадлежность – сторонняя. Договор № SU-09-01-2018-2 от 09.01.2018

Подписка СПбГТИ (ТУ) ФЭМ содержит 5 журналов:

- ✓ Журнал «Вопросы экономики»
- ✓ Журнал «Деньги и кредит»
- ✓ Журнал «Российское предпринимательство»
- ✓ Журнал «Российский журнал менеджмента»
- ✓ Журнал «Креативная экономика»

Журнал «Экономический вектор» (издается ФЭМ СПбГТИ(ТУ))

Профессиональные базы данных

1. ПБД ФЭМ Принадлежность – собственная СПбГТИ (ТУ)

Адрес сайта https://gtifem.ru/umr/biblioteka-faylov/?sphrase_id=97#s15

2. Профессиональная информационная система ИТС ПРОФ 1С- обновляемый ресурс, содержащий свыше 1000000 документов, разъяснений и примеров. <http://www.1c.ru/news/info.jsp?id=773>

Принадлежность – сторонняя. Договор № СЛД/СИТ-01343 от 20.03.2014.

Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012- www.garant.ru

2. Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс» - www.consultant.ru

Принадлежность – сторонняя «Консультант Плюс»

Договор об информационной поддержке от 01.01.2009

Рекомендуемые интернет-ресурсы

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru>

2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru>

3. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru>

4. Российская национальная библиотека-www.nlr.ru /

5. Российская государственная библиотека.-www.rsl.ru /

6. Агентство деловых новостей «Аргументы и факты». -www.aif.ru /

7. Агентство деловой информации «Бизнес-карта».- www.biznes-karta.ru /

8. Агентство финансовых новостей «Блумберг».- www.bloomberg.com /

9. Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг». -www.rbc.ru /

10. Система дистанционного бизнес-образования. - www.businesslearning.ru /

9. Методические указания для обучающихся по освоению модуля

Методическая модель преподавания модуля основана на применении активных методов обучения. Принципами организации учебного процесса являются:

— выбор методов преподавания в зависимости от различных факторов, влияющих на организацию учебного процесса;

— объединение нескольких методов в единый преподавательский модуль в целях повышения эффективности процесса обучения;

- активное участие слушателей в учебном процессе;
- проведение лабораторных занятий, определяющих приобретение навыков решения проблемы;
- написание рефератов и эссе;
- приведение примеров применения изучаемого теоретического материала к реальным практическим ситуациям.

Используемые методы преподавания: занятия лекционного типа с использованием наглядных пособий и раздаточных материалов; метод «мозгового штурма», индивидуальные и групповые задания при проведении лабораторных занятий.

Все виды занятий по модулю «*Электронный бизнес*» преподаватели должны проводить в соответствии с требованиями следующих СТП:

- СТП СПбГТИ 040-2002. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Лекция. Общие требования;
- СТП СПбГТИ 018-2002. КС УКВД. Виды учебных занятий. Практические и семинарские занятия. Общие требования к организации и проведению.
- СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению.
- СТП СПбГТИ 016-2015. КС УКВД. Порядок проведения зачетов и экзаменов.
- СТО СПбГТИ 044-2012. КС УКВД. Виды учебных занятий. Курсовой проект. Курсовая работа. Общие требования.
- СТО СПбГТИ 018-2014. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Семинары и практические занятия. Общие требования к организации и проведению.
- СТП СПбГТИ 045-2004. КС УКВД. Планирование учебного процесса в институте.

Для более глубокого изучения модуля преподаватель предоставляет студентам информацию о возможности использования Интернет-ресурсов по разделам модуля.

Содержание практических занятий определяется календарным тематическим планом, который составляется преподавателем, проводящим эти занятия на основе рабочей программы.

При наличии академических задолженностей по практическим занятиям, связанных с их пропусками, преподаватель назначает магистранту встречу в часы консультаций для опроса по пропущенной теме занятия.

Основными условиями правильной организации учебного процесса для обучающихся является:

- плановость в организации учебной работы;
- серьезное отношение к изучению материала;
- постоянный самоконтроль.

На занятия бакалавр должен приходить, имея багаж знаний и вопросов по уже изученному материалу.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю

10.1. Информационные технологии

В учебном процессе по данному модулю предусмотрено использование информационных технологий:

- чтение лекций с использованием слайд-презентаций;
- взаимодействие с обучающимися посредством электронной почты, онлайн и оффлайн общение в электронной образовательной среде.

10.2. Лицензионное программное обеспечение.

Microsoft Office 2010 (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Visio)

Операционная система Microsoft Windows 7 Professional

10.3. Информационные справочные системы

1. Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс» - www.consultant.ru
Принадлежность – сторонняя
Договор об информационной поддержке от 01.01.2009.
2. Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Принадлежность – сторонняя
Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012- www.garant.ru
3. Профессиональная информационная система ИТС ПРОФ 1С- обновляемый ресурс, содержащий свыше 1000000 документов, разъяснений и примеров.
<http://www.1c.ru/news/info.jsp?id=773> Принадлежность – сторонняя
Договор № СЛД/СИТ-01343 от 20.03.2014.

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения укомплектованы учебной мебелью, в том числе мебелью для преподавания модуля, учебной доской, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, экран, компьютеры, звуковые колонки).

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда, а также профессиональные базы данных и информационно-справочные системы обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся.

Для проведения учебных занятий используется межкафедральная лаборатория «экономической информатики», состоящая из 5 больших компьютерных классов, или лаборатория «информационных технологий», включающая 3 учебные лаборатории с 30 рабочими местами в каждой, и для самостоятельной работы студентов оснащен 1 компьютерный зал. Каждая учебная аудитория на факультете экономики и менеджмента оборудована мультимедийным комплексом, состоящим из компьютера, проектора, экрана. Общее число компьютеров составляет 185 машин.

Все компьютеры объединены во внутреннюю сеть под управлением двух серверов, а также имеют выход в Интернет.

Компьютеры имеют оснащение наушниками и микрофонами для выполнения творческих заданий. Для выполнения заданий студенты используют пакет программ MicrosoftOffice, правовую систему Гарант, «Консультант Плюс».

Для проверки знаний студентов используется кабинет тестирования, который также интегрирован в локальную сеть факультета и имеет выход в Интернет. Для тестирования знаний студентов используется программа внутрифакультетского тестирования «зачет» (разработчик зам.декана по ИТ Чибиряк П.В.), тестирование на портале i-exam.ru, участие в тестировании ФЭПО.

Для обеспечения оперативного информирования и обеспечения необходимой учебной и методической информацией создан интернет портал – gtifem.ru. В рамках данного проекта реализована возможность социальной коммуникации между студентами и преподавателями, организован доступ к учебной литературе, к обсуждению и реализации разного рода проектов не только в рамках учебного процесса, но и в социально-общественной жизни студентов.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

(190013, г. Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 24-26/49, лит. Е)

Набор демонстрационного оборудования и технические средства обучения: проектор Acer X 1260p; экран ScreenMedia MW 180x180 настенный подпружиненный; персональные компьютеры (31 комплект); сетевое оборудование для выхода в Интернет каждого компьютера в кабинете; колонки акустические (1 комплект); лицензионное системное программное обеспечение. Специализированная мебель: столы, скамейки аудиторная доска. Вместимость кабинета – 60 посадочных мест. Учебно-наглядные пособия.

Помещение для самостоятельной работы и курсовых работ, промежуточной аттестации (190013, г. Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 24-26/49, лит. Е)

Набор демонстрационного оборудования и технические средства обучения: проектор Epson EMP-X52; сканер Epson Perfection 1270, экран ScreenMedia MW 180x180 настенный подпружиненный; персональные компьютеры (18 комплектов); сетевое оборудование для выхода в Интернет; колонки акустические, лицензионное системное программное обеспечение. Специализированная мебель: столы, скамейки аудиторная доска. Вместимость аудитории – 32 посадочных места.

12. Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее - обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья) определены на основании:

- Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;

- приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями учебный процесс осуществляется в соответствии с Положением об организации учебного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья СПбГТИ(ТУ), утвержденным ректором 28.08.2014 г.

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания вуза и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Обучение в рамках учебного модуля обучающихся с ограниченными возможностями

здоровья осуществляется институтом с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебному модулю обучающихся с ограниченными возможностями

здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по модулю обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта института в сети «Интернет» для слабовидящих;

- весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

- обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию института.

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие обучающимся с ограниченными возможностями адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебного модуля профессорско-преподавательскому составу рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по модулю для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и другое). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.