Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Пекаревский Борис Владимирович
Должность: Проректор по учебной и методической работе
Дата подписания: 01.07.2022 13:49:43
Уникальный программный ключ:
3b89716a1076b80b2c167df027c91d01782ba84

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Рабочая программа модуля

УПРАВЛЕНИЕ ЭЛЕКТРОННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСАМИ

Направление подготовки

38.03.05 -«БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА»

Направленность образовательной программы:
ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС

Уровень подготовки
Бакалавриат

Форма обучения

Заочная

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

Санкт-Петербург

2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы. 4
2. Место модуля в структуре образовательной программы 9
3 Объем модуля 9
4 Содержание модуля 10
4.1. Разделы модуля и виды занятий 10
4.2. Занятия лекционного типа. 11
4.3 Занятия семинарского типа 22
4.3.1 Семинары, практические занятия 22
4.3.2 Лабораторные работы 28
4.4 Самостоятельная работа обучающихся 28
4.5. Курсовое проектирование 34
4.5.1. Порядок выполнения курсовой работы 34
4.5.2. Темы курсовой работы 35
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю 35
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации 36
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения модуля 37
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля 38
9. Методические указания для обучающихся по освоению модуля 39
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю 40
10.1. Информационные технологии 40
10.2. Лицензионное программное обеспечение. 40
10.3. Информационные справочные системы 40
11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю 41
12. Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья. 41

Приложение 1. Фонд оценочных средств по модулю «Управление электронным предприятием и интернет-ресурсами»

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
Соответствиепрофессиональных стандартов, обобщённых трудовых функций и трудовых функций профессиональной деятельности выпускника программ бакалавриата компетенциям ФГОС по направлению подготовки «Бизнес-информатика»

Профессиональный стандарт	**Обобщенные трудовые функции**			**Трудовые функции**			**Компетенция**	
	код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации	наименование	код
06.013 Специалист по информационным ресурсам	С	Управление (менеджмент) информационными ресурсами	6	Организация работ по созданиюи редактированию контента	С/01.6	6	способен управлять контентом предприятия и Интернет-ресурсов, выбор рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом	**ПК-6**
06.013 Специалист по информационным ресурсам	С	Управление (менеджмент) информационными ресурсами.	6	Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	С/07.6	6	способен позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")	**ПК-8**

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

Компетенции				
Индекс	Формулировка компетенции	Код индика-тора	Наименование индикатора **достижения компетенции**	Дескрипторы
ПК-6	способен управлять контентом предприятия и Интернет-ресурсов, выбор рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решения для управления бизнесом	ПК-6.1.	Реализует управление процессами жизненного цикла контента предприятия и интернет-ресурсов	**Знать:** - особенности управления электронным предприятием; предпосылки к цифровой трансформации современного предприятия; - концепция и модели предпринимательской деятельности в Интернет; - анализ и сегментация целевой аудитории; - стратегические аспекты планирования; **Уметь:** Управлять контентом электронного предприятия для более успешного его позиционирования в сети Интернет. **Владеть:** Новыми методами управления предприятием и расширения сферы его деятельности в Digital среде

		ПК-6.2.	Создает и использует информационные сервисы (контент-сервисы)	**Знать:** - Контент-менеджер и его основные обязанности - Контент-маркетинг; - Таргетированная реклама; - Тактические аспекты продвижения; - E-mail маркетинг. **Уметь:** Наполнять сайт текстовой, графической и другими видами информации (контентом). **Владеть:** - управлением фрилансерами, и другими подрядчиками, выполняющими работы по поддержанию работоспособности сайта

ПК-8	способен позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")	ПК-8.1.	Реализует продвижение Интернет-ресурсов в сети «Интернет» для организации продаж с максимальной эффективностью	**Знать:** - Эффективные лендинги и интернет магазины; SMM-продвижение; -Методы для повышения уровня юзабилити сайтов; -Анализ конкурентов; -Структура сайта; - SEO-продвижение; -Системы веб-аналитики; -Системы электронных платежей; - Медийная (баннерная) реклама; - Контекстная реклама. **Уметь:** Формировать потребительскую аудиторию; Использовать функционал CRM-системы. **Владеть:** Анализом Бизнес-процессов электронного предприятия, которые поддерживают сбыт товаров и услуг**.**

		ПК-8.2.	выполняет разработку вэб-сервисов и контента	**Знать:** - Современные системы автоматизации управления электронным предприятием; - Принципы исследования объекта экономики и оптимизации его деятельности на основе автоматизации; **Уметь:** - проводить комплексное моделирование деятельности предприятия. **Владеть:** Ситуационным управлением электронным предприятием.

2. Место модуля в структуре образовательной программы

Модуль относится к модулям БЛОКА 1 (Б1.В.ДВ.01.02) «Дисциплины (модули)» образовательной программы бакалавриата части, формируемой участниками образовательных отношений 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 «**Управление электронным предприятием и Интернет-ресурсами**» знания, умения и навыки могут быть использованы в научно-исследовательской работе студента и при выполнении выпускной квалификационной работы.

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, в т.ч.	**62**
1.занятия лекционного типа (в том числе практическая подготовка)	***16 (2)***
1.1. занятия лекционного типа 10 триместра	*16 (2)*
1.2. занятия лекционного типа 11 триместра	-
1.3 занятия лекционного типа 12 триместра	-
2. занятия семинарского типа, ***курсовое проектирование***	***44 (8)*** ***2***
2.1. семинары, практические занятия (в том числе практическая подготовка)	44 (8)
2.1.1 практические занятия 10 триместра	*0*
2.1.2. практические занятия 11 триместра	*0*
2.1.3. практические занятия 12 триместра	*44 (8)*
2.2. лабораторные работы (в том числе практическая подготовка)	-
2.2.1. лабораторные работы 10 триместра	-
2.2.2. лабораторные работы 11 триместра	-
2.2.3. лабораторные работы 12триместра	-
курсовое проектирование (КР или КП)	КР
контроль	**9**
другие виды контактной работы	нет
Самостоятельная работа, т.ч. ***курсовое проектирование***	**649** **50**
самостоятельная работа10 триместра	*200*

Вид учебной работы	Всего, академических часов
	Заочная форма обучения
самостоятельная работа11 триместра	*252*
самостоятельная работа12 триместра	*197*
Форма текущего контроля (контроль разделов курсовой работы, индивидуальное задание, устный опрос, тестирование)	**Работы по освоению компетенций**
Форма промежуточной аттестации (КР, <u>экзамен</u>)	Итоговое тестирование, защита курсовой работы

4 Содержание модуля

4.1. Разделы модуля и виды занятий

№ п/п	Наименование разделамодуля	Триместры	Занятия лекционного типа, акад.часы	Занятия семинарс-кого типа, академ. часы		Самостоятельная работа, акад. часы	Формируемые компетенции/*индикаторы*
				Семинары и/или практические занятия	Лабораторные работы		
1.	Раздел 1. "Продвижение интернет-ресурсов в сети интернет"	10,11,12	4	10	0	200	ПК-8/ *ПК-8.1., ПК-8.2.*
2.	Раздел 2. "Управление процессами жизненного цикла контента предприятия"	10,11,12	2	10	0	84	ПК-8/ *ПК-8.1.*
3.	Раздел 3. "Разработка веб-сервисов и контента"	10,11,12	4	10	0	168	ПК-8/ *ПК-8.2.*
4.	Раздел 4. "Создание и использование информационных сервисов"	10,11,12	4	10	0	144	ПК-6/ *ПК-6.2.*
	Раздел 5. "Моделирование	10,1	2	4	0	53	ПК-6/

№ п/п	Наименование разделамодуля	Триместры	Занятия лекционного типа, акад.часы	Занятия семинарс-кого типа, академ. часы		Самостоятельная работа, акад. часы	Формируемые компетенции/*индикаторы*
				Семинары и/или практические занятия	Лабораторные работы		
	деятельности электронного предприятия"	1,12					*ПК-6.1*
	Итого		16	44	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. Продвижение интернет-ресурсов в сети интернет** **Лекция №1. Маркетинг и бизнес. Анализ и сегментация целевой аудитории.** Определение маркетинга. Формирование маркетинговых целей. Континуум различных типов продуктов. AIDA + Digital AIDA. Доли рынка 4P и AIDA. Стратегический маркетинг. Задачи маркетинга. Понятие целевой аудитории. Определение целевой аудитории от товара и от услуги. Анализ товара. QFD. SWOT-анализ. ABC- анализ. Определение целевой аудитории от рынка. Точки контакта с целевой аудитории. Критерии сегментирования. Алгоритм сегментирования. Способы выявления потребностей целевой аудитории		Слайд-презентация
1/10	**Лекция №2. Конкурентный анализ рынка.** Периоды конкурентного анализа. Типы конкурентного анализа. Выявление конкурентов и их позиционирования. Анализ привлечения клиентов конкурентами. Анализ трафика на сайте конкурента. Анализ сайта конкурента. Заказ товара или услуги у конкурента. Мониторинг сайта конкурента с помощью программного обеспечения. Внедрение мониторинга конкурентов. Сервисы анализа конкурентов		Слайд-презентация
1/10	**Лекция №3. Формирование УТП.** Понятие УТП.	4	Слайд-

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	Понятие ESP. Понятие BSP. Истинное и ложное УТП. Формирование УТП. Методика Джона Карлтона		презентация
1/10	**Лекция №4. Формирование KPI.** Понятие KPI. Принцип 10/80/10. Цели продвижения. Конверсия как один из важнейших KPI в маркетинге. Инструменты для достижения разных KPI. Системы KPI. Показатели KPI. Определение основных KPI. Показатели эффективности		Слайд-презентация
1/10	**Лекция №5.Особенности управления электронным предприятием.**Понятие веб-аналитики. Задачи веб-аналитики. Принцип работы систем веб-аналитики. Базовые термины веб-аналитики. Обязательные настройки Google Analytics и Яндекс.Метрики. Обзор основных отчетов Google Analytics и Яндекс.Метрики. Работа с отчетами Google Analytics. Работа с отчетами Яндекс.Метрики. Возможности Google Tag Manager. A/B-тестирование страниц		Слайд-презентация
1/10	**Лекция №6. Юзабилити сайта.** Определения, термины, правила. Цели бизнеса и цели покупателя. Пользовательские сценарии. Методология моделирования. Исследования на пользователях		Слайд-презентация
1/10	**Лекция №7. Эффективные посадочные страницы.** Понятие Landing Page. Типовые задачи, которые решает лендинг. Проектирование лендингов. Правила прототипирования подписных лендингов. Тестирование лендингов. Примеры и антипримеры лендингов. Создание лендинга в конструкторе		Слайд-презентация
1/10	**Лекция №8. Контент на сайте - тексты и графика.** Принципы хорошего контента. Польза контента. Оптимизация текста. Оценка копирайтера		Слайд-презентация
1/10	**Лекция №9. Представительство в социальных сетях. Social Media Marketing (SMM).** Social Media вобщейстратегиимаркетинга. Бизнес-задачи в Social Media. Особенности продвижения в социальных сетях. Аналитика в социальных сетях. Решение HR- и B2B-задач с помощью социальных сетей. GR и MR в социальных сетях. Виды позиционирования в социальных сетях. Форматы позиционирования в социальных сетях. SMM-инструментов. Работа с биржами. Работа с блогерами. Хэштеги. Виджеты на сайте		Слайд-презентация
1/10	**Лекция №10. Email-маркетинг.** Сбор E-mail адресов: Почта. Вебинар. Звонок. Социальные сети. Резюме. Форма подписки. Сегментация на этапе		Слайд-презентация

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	сбора. Страницы исключения. Сценарии сбора лидов. Тестирование гипотез. Аналитика результатов. Технические настройки. Содержание писем. Поведение пользователей. Спам-ловушки. Обзор сервисов рассылок		
1/10	**Лекция №11. Управление контентом электронного предприятия для более успешного его позиционирования в сети Интернет.**Понятие контент-маркетинга. Типы контента. Ворона потребления контента. Контент-маркетинг в системе интернет-маркетинга. Профиль контент-маркетолога. Роли контент-маркетолога. Схемы работы контент-маркетолога. Разработка эффективной КМ-стратегии. Редакционная политика. Коммуникационная стратегия. Форматы контента. Каналы распространения контента. Тематическое планирование. Контент-план. База знаний. Цели контент-стратегии. Метрики. Цикл продаж. Вовлечение клиента. ROI. Корректировка стратегии		Слайд-презентация
1/10	**Лекция №12. Основы поискового продвижения (SEO).** История SEO-продвижения. Устройство поисковой системы. Ранжирование. Семантическое ядро. Wordstat.yandex.ru. Seopult. Факторы ранжирования. Исходный код. Технический анализ. Скорость загрузки страниц. Анализ ссылок внутри сайта. Обработка ошибки 404. Весовые характеристики. Страницы в индексе. Склейка зеркал с www и без. Карта сайта. Ошибки html-кода. Фильтры. Мини-аудиты. Поведенческие факторы		Слайд-презентация
1/10	**Лекция №13. Поисковая реклама.** Статистика поисковой рекламы. Принципы работы и особенности поисковой рекламы. Работа с семантикой в поисковой рекламе. Правила составления поисковых рекламных объявлений. Выбор посадочной страницы		Слайд-презентация
1/10	**Лекция №14. Таргетированная реклама.** Понятие таргетированной рекламы. Основные аббревиатуры и термины. Ценообразование. Ретаргетинг. Реклама ВКонтакте. Реклама в myTarget. Реклама в Facebook и Instagram. Общие принципы таргетинга в социальных сетях. Анализ эффективности		Слайд-презентация
1/10	**Лекция №15. Медийная (баннерная) реклама. Медиапланирование.** Имиджевая реклама. Продуктовая (товарная) реклама. Торговая реклама. Форматы баннеров. Понятие медиаплана. Анализ среды. Анализ конкурентов. Портрет аудитории.		Слайд-презентация

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	Анализ отчета TNS. Динамика и структура аудитории. Допустимая стоимость посетителя. ROI или ROMI. Выбор рекламных площадок. Оптимизация и контроль. Запуск медийного флайта. Повышение эффективности баннерной рекламы		
1/10	**Лекция №16. Стратегия продвижения и планирование рекламной кампании.** Стратегические цели. Digital-стратегия. Целевая аудитория. Матрица потребностей и решений. Формирование ключевых сообщений. Коммуникационная архитектура бренда. Ключевое сообщение. Разработка креативной стратегии. Разработка медийной стратегии. Инструменты и каналы. Анализ эффективности. Аналитические инструменты. Воронка показателей эффективности		Слайд-презентация
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. **7 триместр**	4 4	
2/10	**Раздел 2. Управление процессами жизненного цикла контента предприятия** **Лекция №17. Практическая подготовка. Разбор кейсов. Формирование личного бренда. Удаленная работа над проектами.** Настройка личного профиля в социальных сетях. Создание портфолио. Наполнение портфолио. Сотрудничество с агентствами. Получение постоянных заказов. Обзор площадок для удаленной работы. Блогинг. Реклама в Яндекс.Директ. Реклама в социальных сетях. Реклама на других площадках. Партнерство. Учет клиентов. Подготовка к работе с клиентом. Работа с заказчиком. Установка сроков и цен за работу. Управление процессом внесения правок. База клиентов. Сдача проекта		Слайд-презентация
2/10	**Лекция №18. Основы брендинга.** Бренд и брендинг		Слайд-презентация
2/10	**Лекция №19. Стратегия бренда.** Анализ рынка и платформа бренда. Коммуникационная стратегия бренда и реклама		Слайд-презентация
2/10	**Лекция №20. Вербальная айдентика. Визуальная айдентика. Нейминг и слоган. Фирменный стиль. Логотип. Дизайн продукта. Брендинг городов. Брендбук. Этапы презентации. Рабочие техники в презентации**	2 (2)	Слайд-презентация
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. **7 триместр**	**2 (2)** **2 (2)**	
3/10	**Раздел 3. Разработка веб-сервисов и контента**	4	Слайд-

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	Лекция №21. Анатомия идеального лендинга. Лендинг, как генератор клиентов. Типы лендингов. Первый экран: создание продающего УТП. Тело лендинга, создание призыва к действию. Последний экран: контактная информация и траст. Конструкторы Landing Page		презентация
3/10	**Лекция №22. Определение эффективности лендинга.** Коэффициент конверсии и стоимость заявки. Концепция UTM-меток		Слайд-презентация
3/10	**Лекция №23. Стратегия оптимизации конверсии посадочной страницы.** Сплит-тест как технология оптимизация конверсии		Слайд-презентация
3/10	**Лекция №24. Нейромаркетинг и поведенческая психология в интернет-маркетинге.** Общая концепция нейромаркетинга. Принципы убеждения. Увеличение конверсии. Коэффициент внимания и релевантность. Стратегия ценообразования		Слайд-презентация
3/10	**Лекция №25. Разработка стратегии корпоративного сайта.** Типовые стратегии в E-commerce. Позиционирование компаний. Экономика и стратегия. Механика шагов формирования стратегии		Слайд-презентация
3/10	**Лекция №26. Анализ и сегментация целевой аудитории.** Профилирование целевой аудитории. Параметры профилирования. Роли потребителя. FAQ профилирования. Сегментирование целевой аудитории. Критерии сегментации. RFM - анализ		Слайд-презентация
3/10	**Лекция №27. Формирование списка услуг.** Работа со списком услуг. Подходы к управлению услугами. Анализ услуг. Типы услуг. Классификация услуг. Жизненный цикл. Стратегии корпоративного сайта		Слайд-презентация
3/10	**Лекция №28. Выбор платформы для корпоративного сайта. Текстовый контент.** Формальные критерии выбора. Проблемы роста. Субъективные критерии. Стоимость внедрения. Текстовый контент и поисковые системы. Основные каналы коммуникации с целевой аудиторией. Основные цели коммуникации с целевой аудиторией. Основные типы текстового контента. Критерии оценки качества текстов. Составление технического задания для копирайтера. Проблемы при работе с текстами. Уникальные тексты. Оценка стоимости качественного текста. Поиск копирайтера. Поиск идей		Слайд-презентация
3/10	**Лекция №29. Автоматизация и интеграция**		Слайд-

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	корпоративного сайта. Типы информационных систем. Способы интеграции. Базовая IT-архитектура корпоративного сайта. Внешние инфраструктурные интеграции. Внешние маркетинговые интеграции		презентация
3/10	**Лекция №30. Анализом Бизнес-процессов электронного предприятия, которые поддерживают сбыт товаров и услуг.**Общение с проблемными клиентами. Бизнес-процессы в электронном бизнесе. Автоматизация бизнес-процессов. Оптимизация бизнес-процессов. Контроль выполнения бизнес-процессов. Персонализация. Сбор отзывов. Подсчет NSP. Организация колл-центра. Выбор платформы для КЦ. Разработка скриптов. Основные метрики КЦ		Слайд-презентация
3/10	**Лекция №31. Финансы и управленческий учет.** Виды и уровни финансового учета. Кассовый разрыв. Оборотные средства. Основные принципы финансового учета. CashFlow. PROFIT&LOSTS. Точка безубыточности и расходы. Финансовая модель и поиск точек кратного роста. Выбор юридических лица и бухгалтерии		Слайд-презентация
3/10	**Лекция №32. Социальные сети и рекламные возможности. Креатив и копирайтинг в таргетированной рекламе. Инструменты рекламы «ВКонтакте» и «Одноклассники».** Социальные сети и возможности рекламы в социальных сетях. Аудитории и таргетинги. Системы веб-аналитики. Создание графического контента и копирайтинг для рекламных кампаний. Таргетированная реклама «ВКонтакте». Таргетированная реклама MyTarget. Возможности, стратегии и секреты продвижения в myTarget. Динамический ремаркетинг в myTarget. Дополнительные возможности MyTarget. Аудитории для таргетированной рекламы «ВКонтакте»		Слайд-презентация
3/10	**Лекция №33. Инструменты рекламы для социальных сетей. Продвижение и реклама в социальных сетях. Реклама в Twitter и LinkedIn. Разработка стратегии размещения и медиапланирование. Введение в веб-аналитику. Аналитика эффективности сайта.** Основные инструменты таргетированной рекламы в Facebook. Инструменты для решения сложных задач таргетированной рекламы в Facebook. Аудитории для таргетированной рекламы «Вконтакте». Продвижение в мессенджерах, блогах, микроблогах и		Слайд-презентация

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	геолокационных сервисах. Таргетированная реклама LinkedIn. Разработка стратегии рекламной кампании. Введение в Google Analytics. Настройка Google Analytics. Яндекс.Метрика		
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. **7 триместр**	4 4	
4/10	**Раздел 4. Создание и использование информационных сервисов** **Лекция №34. Структура сайта. Редиректы и индексирование. Метатеги.** Тематика сайта. Индексирование сайта. Релевантность документа. ЧПУ («человеко-понятные урлы»). «Хлебные крошки». Карта сайта. Навигационные ссылки. Служебные страницы. Постраничная навигация. Постоянное движение. Страницы в индексе поисковиков. Страницы в индексе в панели вебмастеров. Разделы и подразделы. Index.php, htm, html для разделов. Meta name = «robots». rel = canonical. Плагин Yoast SEO. 404 страница. Удаление ненужных страниц из индекса. Ненужные внешние ссылки. rel = «nofollow». Noindex. Title (название страницы). Description (описание страницы). Keywords (ключевые слова страницы). Метатеги на больших сайтах. RDS bar. Оптимизация рубрик. Продвижение метками. Comparser. Подбор ключевых слов. Яндекс Вордстат. Мини-анализ конкуренции		Слайд-презентация
4/10	**Лекция №35. Оптимизация заголовков и медиафайлов. Коммерческие факторы. Аудит сайтов. Сервисы и программы для работы.** Предназначение заголовков. h1, h2, h3, h4, h5, h6. Выдержка Яндекс. Выдержка Google. Настройки RDS bar. Заголовок h1. Другие заголовки (h2, h3, h4…). «Мусорные заголовки». Использование h1, h2, h3…. Основные способы выделения текстов. Медиафайлы. Плагины. Название картинки. Проблемные буквы. Атрибут «alt». Атрибут «title». Оптимизация на больших сайтах. Оптимизация видео. Виды запросов. Коммерческая страница. Факторы, влияющие на коммерческий алгоритм. Страницы для интернет-магазина. Чек-лист для аудита. Сервисы и инструменты для аудита. Сбор семантического ядра. Яндекс Вордстат. KeyCollector. Букварикс. Spywords. Similarweb. Прокси сервера. Работа с текстом. Краулеры. Проверка наличия ссылок		Слайд-презентация
4/10	**Лекция №36. Составление семантического ядра.**	4	Слайд-

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	SEO-оптимизированные страницы. Поведенческие факторы. Внутренняя перелиновка сайта. Понятие семантического ядра. Настройка KeyCollector. Сбор маркеров. Парсинг запросов. Первичная очистка. Вторичная очистка. Кластеризация. Разбивки на мелкие группы. Карта релевантности. Фиксация. Расширение ядра. Конкурентность. Карточка товара/Коммерческая страница. Техническое задание для копирайтера. Улучшение ПФ. Продвижение дополнительных посадочных страниц. Накрутка ПФ. Работа в KeyCollector. Понятие перелиновки сайта. Автоматическая перелинковка. Ручная перелинковка. Полуавтоматическая перелинковка. Распространенные ошибки. Перелинковка для ВЧ запроса		презентация
4/10	**Лекция №37. Фильтры поисковых систем. Социальные факторы. Внешние ссылки.** Информация в панели вебмастера. АГС-17, АГС-30 («Антиговносайт»). «Новый АГС». Письмо «АГС». Фильтр за накрутку поведенческих факторов. Письмо «Накрутка ПФ». Агрессивная реклама. Письмо «Тизерная реклама». Аффилирование. Непот-фильтр. Фильтр за отсутствие добавочной ценности. Отсутствие добавочной ценности. Письмо по фильтру за отсутствие добавочной ценности. «Песочница». Бонус Новичка. Польза социальных кнопок. Индексация страниц. Социальные сигналы. Биржи. Отслеживание. Ремаркетинг/Ретаргетинг. Анкоры. Анкор-лист. Типы ссылок. Преимущества и недостатки вечных ссылок. Преимущества и недостатки временных ссылок. Наращивание ссылочной массы. Продвижение статьями. Требования к статье		Слайд-презентация
4/10	**Лекция №38. Отбор ссылочных доноров. Сравнительный анализ. Аналитика. Изучение ЦА.** Индексы цитирования. тИЦ. PR - PageRank. Формула вычисления PR. Передача веса. Анкоры. Сервисы для анализа ссылочной массы сайтов. LinkPad (Solomono). Megaindex. Сервисы и программы для оценки доноров. GoGetLinks. Плагин «Вебмастер Sape» (Плагин Винка). Фильтр LF. Фильтр EX. Фильтр CT. Анализ трафика. Поиск конкурентов. Сравнительный анализ. Сегментирование. Вебвизор. Карты. Цели. UTM-метки. SEO-Reports. Отчеты в SEO. Mailchimp. Инструменты для изучения целевой аудитории		Слайд-презентация

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
4/10	**Лекция №39. Этапы продвижения сайтов.** Аудит сайта. Исправление ошибок. Составление семантического ядра. Съем позиций по всем ключевым словам из семантического ядра. Корректировка сайта. Работа над существующими страницами. Оптимизация страниц. Внутренняя перелинковка. Подготовка к покупке ссылок. Закупка ссылок. Мониторинг позиций. Постоянная работа над сайтом		Слайд-презентация
4/10	**Лекция №40. Основы веб-аналитики.** Понятие аналитики. Задачи веб-аналитики. Настройка и внедрение систем веб-аналитики. Изучение целевой аудитории. Анализ показателей систем веб-аналитики. Анализ эффективности рекламы. Определение наиболее эффективных источников рекламы. Прогнозирование эффективности рекламных каналов. Внедрение управленческой отчетности. Выявление потребности пользователя о. Формирование системы метрик. Организация сбора данных. Формирование дашбордов. Анализ удобства пользования сайтом. Определение ключевых сценариев. Проведение количественных и качественных тестирований. Персонализация. Маркетинг-аналитика. RFM-анализ, когортный анализ, ABC-анализ, XYZ-анализ. Data mining. Особенности сбора данных. Подсчет основных метрик. Сопоставление данных. Связь с данными CRM. Оценка эффективности		Слайд-презентация
4/10	**Лекция №41. GoogleAnalytics.** РаботасотчетамиGoogleAnalytics. Счетчик Google Analytics. Обзор интерфейса и отчетов. Структура аккаунта Google Analytics. Преимущества и ограничения Google Analytics. Настройка Google Analytics. Сводки и оповещения Google Analytics		Слайд-презентация
4/10	**Лекция №42. Яндекс.Метрика.** Плюсы и минусы Яндекс.Метрики. Как работает Яндекс.Метрика. Настройка Яндекс.Метрики. Отчеты Яндекс.Метрики		Слайд-презентация
4/10	**Лекция №43. Анализ сайта и достижения целей, применение фильтров.** Анализ содержания сайта. Цели и конверсия. Назначение и использование фильтров. Фильтры в представлениях. Фильтры в отчетах		Слайд-презентация
4/10	**Лекция №44. Анализ эффективности расходов по рекламным каналам. Анализ источников сайта.** Понятие сквозной аналитики. Построение сквозной		Слайд-презентация

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	системы рекламной аналитики. Модели атрибуции. Анализ эффективности расходов. CPA, CPL CPO, CPS, ROMI, LTV. Детализация для расчета ROMI и LTV. Построение воронки привлечения и продаж для выполнения KPI. Медиапланирование и прогнозирование результата. Каналы и источники трафика. Анализ потока кликов. Факторы сценариев поведения пользователей на сайте. Использование функционала и потребление контента. Тенденция. Алгоритм анализа конверсий. Интеграция с системами контекстной рекламы		
4/10	**Лекция №45. Дополнительный функционал для веб-аналитики. Анализ эффективности продаж. ВведениевGoogleTagManager.** Google Docs Spreadsheets и Google Analytics. GoogleAnalyticsAPI. Обзоротчетов. Передача данных напрямую в систему аналитики. Передача данных в системы веб-аналитики, через Google Tag Manager. Передача данных, через протокол передачи данных (Measurement Protocol). Подготовка технического задания. Проверка реализации технического задания. Настройка в аккаунтах систем веб-аналитики. Настройка в Google Tag Manager. Тэги, триггеры, переменные. Тэг Google Analytics. Администрирование контейнера. Предоставление доступа импорт/экспорт контейнера статистика аккаунта. Datalayer. Кнопки/формы. Отладка. Междоменное отслеживание автособытие. Scrolldepth. Отслеживание встроенного Youtube. Виртуальные страницы. Микроразметка. 404 ошибка. Ремаркетинг Adwords		Слайд-презентация
	ИТОГО по разделу 4, в т.ч. **7триместр**	4 4	
5/10	**Раздел 5. Моделирование деятельности электронного предприятия** **Лекция №46. Фундамент для масштабирования бизнеса.** Цели и задачи моделирования деятельности предприятия. Управленческие задачи, решаемые с использованием моделирования. Комплексное моделирование деятельности предприятия. Имитационное моделирование. Моделирование системной динамики. Стресс-тесты и Ситуационное управление электронным предприятием		Слайд-презентация
5/10	**Лекция №47. HR при управлении франшизой. Интеллектуальная собственность (ИС). Модель**	2	Слайд-презентация

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	франшизы. Составление магнитной вакансии. Алгоритмы найма сотрудников. Упаковка интеллектуальной собственности. Оформление прав на ИС. Объекты авторских прав. Регистрация товарного знака. НОУ-ХАУ. Комплексный лицензионный договор. Выбор модели франшизы. Сопровождение франшизы. Выбор модели развития. Операционное управление. Обработка тикетов. Кассовое ПО. KPI		
5/10	**Лекция №48. Digital упаковка продукта. Запуск трафика и получение лидов.** Анализ посадочных страниц. Создание слоев для качественной упаковки. Уровни контента. Создание презентации компании для отправки по почте. Создание презентации и коммерческого предложения. Создание marketing-kit. Создание фирменного стиля и руководства по его использованию. Создание сайта франшизы. Проведение тендера и выбор исполнителя. Определение KPI и точек контроля. Размещение на специализированных площадках. Размещение на досках объявлений. Составление медиаплана для франшизы		Слайд-презентация
	ИТОГО по разделу 5, в т.ч. **7 триместр**	2 2	
	ИТОГО	**16 (2)**	

4.3 Занятия семинарского типа

4.3.1 Семинары, практические занятия

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
1/12	**Раздел 1. Продвижение интернет-ресурсов в сети интернет** **Анализ и сегментация целевой аудитории.** Определение целевой аудитории. Сегментирование целевой аудитории	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
1/12	**Практическая подготовка. Разбор кейсов. Конкурентный анализ рынка.** Выявление конкурентов и их позиционирования. Анализ привлечения клиентов конкурентами	2 (2)	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
1/12	**Практическая подготовка. Разбор кейсов. Формирование УТП.** Определение УТП конкурентов	2 (2)	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
1/12	**Формирование KPI.** Определение основных KPI		Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
1/12	**Основы веб-аналитики.** Настройка Google Analytics и Яндекс.Метрики		Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
1/12	**Веб-аналитика.** Работа с отчетами Google Analytics. Работа с отчетами Яндекс.Метрики		Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
1/12	**Юзабилити сайта.** Пользовательские сценарии		Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
1/12	**Эффективные посадочные страницы.** Создание лендинга в конструкторе	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-

			презентация, устный опрос
1/12	**Наполнять сайт текстовой, графической и другими видами информации (контентом).** Оптимизация текста. Оценка копирайтера		Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
1/12	**Social Media Marketing (SMM).** Создание и оформление пабликов. Инструменты SMM		Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
1/12	**Контент-менеджер и его основные обязанности.** Формирование коммуникационной стратегии		Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
1/12	**Управлением фрилансерами, и другими подрядчиками, выполняющими работы по поддержанию работоспособности сайта**		Контроль выполнения разделов курсовой работы
1/12	**Основы поискового продвижения (SEO).** Формирование семантического ядра		Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
1/12	**Основы поискового продвижения (SEO).** Использование сервисов для SEO		Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
1/12	**Основы поискового продвижения (SEO).** Проведение технического аудита сайта	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. **7 триместр**	**10 (4)** **10 (4)**	
2/12	**Раздел 2. Управление процессами жизненного цикла контента предприятия Практическая подготовка. Разбор кейсов. Удаленная работа над проектами.** Настройка личного профиля в социальных сетях		Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/12	**Практическая подготовка. Решение кейсов. Удаленная работа над проектами.** Создание	2(2)	Выполнение разделов индивидуального

	портфолио		задания, слайд-презентация, устный опрос
2/12	**Удаленная работа над проектами.** Наполнение портфолио		Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/12	**Удаленная работа над проектами.** Обзор площадок для удаленной работы	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/12	**Основы брендинга.** Анализ рынка и платформа бренда		Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/12	**Основы брендинга.** Формирование коммуникационной стратегии бренда	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/12	**Основы брендинга.** Формирование названия бренда и слогана	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/12	**Основы брендинга.** Формирование брендбука. Разработка Guideline		Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
2/12	**Основы брендинга.** Формирование брендбука. Разработка упаковки.	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. **12 триместр**	**10 (2)** **10 (2)**	
3/12	**Раздел 3. Разработка веб-сервисов и контента Построение эффективных посадочных страниц.** Первый экран: создание продающего УТП. Тело лендинга, создание призыва к действию. Последний экран: контактная информация и траст	2	Консультирование по выполнению разделов курсовой работы

3/12	**Построение эффективных посадочных страниц.** Воркшоп по сплит-тестированию		Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/12	**Расширения сферы деятельности предприятия в Digital среде**Установка Битрикс на виртуальную машину. Установка Битрикс на локальный сервер. Первое знакомство с CMS Битрикс. Создание папки с темой. Перенос верстки в шаблон. Компонент включаемой области. Компонент меню. Инфоблоки. Категории. Создание шаблонов по умолчанию. Комплексный компонент новости		Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/12	**Расширения сферы деятельности предприятия в Digital среде.** Шаблон списка новостей. Шаблон постраничной навигации. ЧПУ. Шаблон отдельной статьи. SEO-настройки. Создание блока комментариев. Список новостей в сайдбаре. Класс ресайза изображений. Вывод меню категорий. Поиск. Вывод слайдера		Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/12	**Расширения сферы деятельности предприятия в Digital среде** Вывод избранных статей. Облако тегов. Страница контактов. Галерея для постов. Авторизация пользователей. Страница авторизованного пользователя. Компонент регистрации. Компонент восстановления пароля. Компонент изменения пароля. Профиль пользователя	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/12	**Современные системы автоматизации управления электронным предприятием;**		Контроль выполнения разделов курсовой работы
3/12	**Креатив и копирайтинг в таргетированной рекламе.** Создание графического контента и копирайтинг для рекламных кампаний	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/12	**Инструменты рекламы «ВКонтакте» и «Одноклассники».** Настройка таргетированной рекламы	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
3/12	**Анализ эффективности и SMM-команда.** Финансовое планирование и оценка эффективности SMM-кампании	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос

	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. **12 триместр**	**10** **10**	
4/12	**Раздел 4. Создание и использование информационных сервисов** **Разбор кейсов. Основы веб-аналитики. GoogleAnalytics.** ОбзорGoogleAnalytics. НастройкаGoogleAnalytics	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
4/12	**Практическая подготовка. Разбор кейсов. GoogleAnalytics.** РаботасотчетамиGoogleAnalytics		Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
4/12	**Практическая подготовка. Разбор кейсов. Настройка Яндекс.Метрики.** Настройка Яндекс.Метрики. Использование отчетов Яндекс.Метрики		Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
4/12	**Практическая подготовка. Решение кейсов. A/B-тестирование и персонализация интерфейса Google Analytics.** A/B-тестирование. Персонализация интерфейса	2(2)	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
4/12	**Анализ сайта и достижения целей, применение фильтров.** Использование фильтров в представлениях		Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
4/12	**Анализ эффективности расходов по рекламным каналам.** Использование фильтров в отчетах	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
4/12	**Анализ источников сайта.** Анализ потока кликов. Исследование факторов сценариев поведения пользователей на сайте. Использование функционала и потребление контента. Анализа конверсии. Интеграция с системами контекстной рекламы	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
4/12	**Анализ эффективности продаж.** Передача данных напрямую в систему аналитики. Передача данных в системы веб-аналитики, через Google Tag Manager. Передача данных, через протокол передачи данных (Measurement Protocol). Подготовка технического задания. Проверка реализации технического задания. Настройка в аккаунтах систем веб-аналитики.	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос

	Настройка в Google Tag Manager		
	ИТОГО по разделу 4, в т.ч. **12 триместр**	**10(2)** **10 (2)**	
5/12	**Раздел 5. Моделирование деятельности электронного предприятия.** Составление франчайзингового предложения. УТП для франшизы	2	Консультирование по выполнению индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
5/12	**Составление финансовой модели франшизы. Подготовка франчайзингового пакета..** Анализ чувствительности. Оценка рисков проекта. Оценка инвестиционной привлекательности. Оформление документов пакета. Договор коммерческой концессии	2	Выполнение разделов индивидуального задания, слайд-презентация, устный опрос
	ИТОГО по разделу 5, в т.ч. **12 триместр**	**4** **4**	
	Итого	**44 (8)**	

4.3.2Лабораторные работы

Учебным планом не предусмотрены.

4.4 Самостоятельная работа обучающихся

Содержание самостоятельной работы

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
1/10	**Раздел 1. Продвижение интернет-ресурсов в сети интернет** Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Маркетинг и бизнес. Анализ и сегментация целевой аудитории"	6	Тестирование
1/10	Выполнение заданий по теме "Анализ и сегментация целевой аудитории"	4	Тестирование
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Конкурентный анализ рынка"	4	Тестирование
1/10	Выполнение заданий по теме " Конкурентный анализ рынка"	4	Тестирование
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Формирование УТП"	4	Тестирование
1/10	Выполнение заданий по теме " Формирование УТП"	4	Тестирование
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Формирование KPI"	4	Тестирование
1/10	Выполнение заданий по теме "Формирование KPI"	4	Тестирование
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Основы веб-аналитики. Веб-аналитика"	4	Тестирование
1/10	Выполнение заданий по теме "Основы веб-аналитики"	6	Тестирование
1/10	Выполнение заданий по теме "Веб-аналитика"	6	Тестирование
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Юзабилити сайта"	6	Тестирование
1/10	Выполнение заданий по теме "Юзабилити сайта"	6	Тестирование
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Эффективные посадочные страницы"	6	Тестирование
1/10	Выполнение заданий по теме "Эффективные посадочные страницы"	6	Тестирование
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Контент на сайте - тексты и графика"	6	Тестирование
1/10	Выполнение заданий по теме "Контент на сайте - тексты и графика"	6	Тестирование
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Представительство в социальных сетях. Social	6	Тестирование

	Media Marketing (SMM)"		
1/10	Выполнение заданий по теме "Social Media Marketing (SMM)"	6	Тестирование
1/10	Выполнение заданий по теме "Social Media Marketing (SMM)"	6	Тестирование
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Email-маркетинг"	2	Тестирование
1/10	Изучение научной периодики по тематике " Email-маркетинг"	6	Тестирование
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Контент-маркетинг. Анализ контент-стратегии"	6	Тестирование
1/10	Выполнение заданий по теме "Контент-маркетинг"	6	Тестирование
1/10	Выполнение заданий по теме "Анализ контент-стратегии"	6	Тестирование
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Основы поискового продвижения (SEO)"	4	Тестирование
1/10	Выполнение заданий по теме "Основы поискового продвижения (SEO)"	4	Тестирование
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Поисковая реклама"	4	Тестирование
1/10	Изучение научной периодики по тематике " Поисковая реклама"	4	Тестирование
1/10	Изучение научной периодики по тематике "Поисковая реклама"	8	Тестирование
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Таргетированная реклама"	6	Тестирование
1/10	Изучение научной периодики по тематике "Таргетированная реклама"	6	Тестирование
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Медийная (баннерная) реклама. Медиапланирование"	6	Тестирование
1/10	Изучение научной периодики по тематике "Медийная (баннерная) реклама"	6	Тестирование
1/10	Изучение научной периодики по тематике "Медиапланирование"	6	Тестирование
1/10	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Стратегия продвижения и планирование рекламной кампании"	6	Тестирование
1/10	**Изучение научной периодики по тематике "Стратегия продвижения и планирование рекламной кампании"**	10	Тестирование
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. **10 триместр**	**200** **200**	
2/11	**Раздел 2. Управление процессами жизненного цикла контента предприятия** Самостоятельная работа с научной литературой на тему " Формирование личного бренда. Удаленная	8	Тестирование

	работа над проектами"		
2/11	Выполнение заданий по теме " Удаленная работа над проектами"	10	Тестирование
2/11	Выполнение заданий по теме " Удаленная работа над проектами"	8	Тестирование
2/11	Выполнение заданий по теме "Удаленная работа над проектами"	12	Тестирование
2/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Основы брендинга"	12	Тестирование
2/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Стратегия бренда"	12	Тестирование
2/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Вербальная аидентика. Визуальная аидентика"	12	Тестирование
2/11	Выполнение заданий по теме "Основы брендинга"	10	Тестирование
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. **11 триместр**	**84** **84**	
3/11	**Раздел 3. Разработка веб-сервисов и контента** Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Анатомия идеального лендинга"	6	Тестирование
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Определение эффективности лендинга"	6	Тестирование
3/11	Выполнение заданий по теме "Построение эффективных посадочных страниц"	6	Тестирование
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Стратегия оптимизации конверсии посадочной страницы"	6	Тестирование
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Нейромаркетинг и поведенческая психология в интернет-маркетинге"	6	Тестирование
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Разработка стратегии корпоративного сайта"	6	Тестирование
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Анализ и сегментация целевой аудитории"	6	Тестирование
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Формирование списка услуг"	6	Тестирование
3/11	Изучение научной периодики по тематике " Разработка стратегии корпоративного сайта"	6	Тестирование
3/11	Изучение научной периодики по тематике " Анализ и сегментация целевой аудитории. Конкурентный анализ"	6	Тестирование
3/11	Изучение научной периодики по тематике " Формирование списка услуг"	8	Тестирование
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Организационная структура и KPI"	8	Тестирование
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Выбор платформы для корпоративного сайта. Текстовый контент"	8	Тестирование

3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Автоматизация и интеграция корпоративного сайта"	8	Тестирование
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Выбор платформы для корпоративного сайта"	4	Тестирование
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Текстовый контент."	4	Тестирование
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Коммерческое предложение, бриф и договор"	4	Тестирование
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Формирование УТП"	4	Тестирование
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Автоматизация и интеграция корпоративного сайта"	2	Тестирование
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Юридическое сопровождение сайта. Организация и оптимизация бизнес-процессов. Повышение лояльности клиентов сайта. Колл-центр"	4	Тестирование
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Юридическое сопровождение сайта"	4	Тестирование
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Организация и оптимизация бизнес-процессов"	4	Тестирование
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Инструменты интернет-продвижения"	4	Тестирование
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Колл-центр"	4	Тестирование
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Повышение лояльности клиентов сайта."	4	Тестирование
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Финансы и управленческий учет"	4	Тестирование
3/11	Изучение научной периодики по тематике "Финансы и управленческий учет"	4	Тестирование
3/11	Выполнение заданий по теме "Создание корпоративного сайта на платформе 1С Битрикс"	4	Тестирование
3/11	Выполнение заданий по теме "Внедрение Bitrix24, yClients"	2	Тестирование
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Социальные сети и рекламные возможности. Креатив и копирайтинг в таргетированной рекламе. Инструменты рекламы «ВКонтакте» и «Одноклассники»"	4	Тестирование
3/11	Выполнение заданий по теме "Креатив и копирайтинг в таргетированной рекламе"	2	Тестирование
3/11	Выполнение заданий по теме "Инструменты рекламы «ВКонтакте» и «Одноклассники»"	4	Тестирование
3/11	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Инструменты рекламы для социальных сетей. Продвижение и реклама в социальных сетях. Реклама в Twitter и LinkedIn. Разработка стратегии	2	Тестирование

	размещения и медиапланирование. Введение в веб-аналитику. Аналитика эффективности сайта"		
3/11	Выполнение заданий по теме "Инструменты рекламы для социальных сетей"	4	Тестирование
3/11	**Выполнение заданий по теме "Анализ эффективности и SMM-команда"**	4	Тестирование
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 11 триместр	**168 168**	
4/12	**Раздел 4. Создание и использование информационных сервисов** Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Структура сайта. Редиректы и индексирование. Метатеги"	6	Тестирование
4/12	Изучение научной периодики по тематике " Структура сайта"	6	Тестирование
4/12	Изучение научной периодики по тематике " Редиректы и индексирование. Метатеги"	6	Тестирование
4/12	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Оптимизация заголовков и медиафайлов. Коммерческие факторы. Аудит сайтов. Сервисы и программы для работы"	6	Тестирование
4/12	Изучение научной периодики по тематике " Оптимизация заголовков и медиафайлов"	6	Тестирование
4/12	Изучение научной периодики по тематике "Оптимизация заголовков и медиафайлов"	4	Тестирование
4/12	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Составление семантического ядра. SEO-оптимизированные страницы. Поведенческие факторы. Внутренняя перелиновка сайта"	4	Тестирование
4/12	Изучение научной периодики по тематике "Сервисы и программы для работы с SEO"	8	Тестирование
4/12	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Фильтры поисковых систем. Социальные факторы. Внешние ссылки"	2	Тестирование
4/12	Изучение научной периодики по тематике "Расширение семантического ядра"	4	Тестирование
4/12	Изучение научной периодики по тематике "Внешние ссылки"	4	Тестирование
4/12	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Отбор ссылочных доноров. Сравнительный анализ. Аналитика. Изучение ЦА"	4	Тестирование
4/12	Изучение научной периодики по тематике "Отбор ссылочных доноров"	4	Тестирование
4/12	Изучение научной периодики по тематике "Аналитика"	4	Тестирование
4/12	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Этапы продвижения сайтов"	2	Тестирование
4/12	Изучение научной периодики по тематике	4	Тестирование

	"Продвижение сайта"		
4/12	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Основы веб-аналитики"	4	Тестирование
4/12	Выполнение заданий по теме " Основы веб-аналитики. Google Analytics"	4	Тестирование
4/12	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Google Analytics"	4	Тестирование
4/12	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Яндекс.Метрика"	4	Тестирование
4/12	Выполнение заданий по теме " Google Analytics"	4	Тестирование
4/12	Выполнение заданий по теме " Настройка Яндекс.Метрики"	4	Тестирование
4/12	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Анализ сайта и достижения целей, применение фильтров"	6	Тестирование
4/12	Выполнение заданий по теме " A/B-тестирование и персонализация интерфейса Google Analytics"	4	Тестирование
4/12	Выполнение заданий по теме "Анализ сайта и достижения целей, применение фильтров"	6	Тестирование
4/12	Выполнение заданий по теме "Анализ эффективности расходов по рекламным каналам"	4	Тестирование
4/12	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Анализ эффективности расходов по рекламным каналам. Анализ источников сайта"	4	Тестирование
4/12	Выполнение заданий по теме "Анализ источников сайта"	4	Тестирование
4/12	Выполнение заданий по теме "Дополнительный функционал для веб-аналитики"	4	Тестирование
4/12	Выполнение заданий по теме "Анализ эффективности продаж"	4	Тестирование
4/12	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Дополнительный функционал для веб-аналитики. Анализ эффективности продаж. Введение в Google Tag Manager"	4	Тестирование
4/12	Выполнение заданий по теме "Введение в Google Tag Manager"	6	Тестирование
	ИТОГО по разделу 4, в т.ч. **12 триместр**	**144** **144**	
5/12	**Раздел 5. Моделирование деятельности электронного предприятия** Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Фундамент для масштабирования бизнеса. Составление пакета франшизы (для продажи)"	4	Тестирование
5/12	Изучение научной периодики по тематике "Выбор идеи для создания франшизы"	4	Тестирование
5/12	Изучение научной периодики по тематике "Анализ выбранной ниши"	6	Тестирование
5/12	Изучение научной периодики по тематике	4	Тестирование

	"Фундамент для масштабирования бизнеса"		
5/12	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "HR при управлении франшизой. Интеллектуальная собственность (ИС). Модель франшизы"	5	Тестирование
5/12	Выполнение заданий по теме "Проведение сравнительного анализа конкурентов по франшизам"	8	Тестирование
5/12	Выполнение заданий по теме "Составление финансовой модели франшизы. Подготовка франчайзингового пакета."	4	Тестирование
5/12	Самостоятельная работа с научной литературой на тему "Digital упаковка продукта. Запуск трафика и получение лидов"	4	Тестирование
5/12	Изучение научной периодики по тематике "Подготовка франчайзингового пакета"	6	Тестирование
5/12	Изучение научной периодики по тематике "Интеллектуальная собственность (ИС)"	8	Тестирование
	ИТОГО по разделу 5, в т.ч. **12 триместр**	**53** **53**	
	Итого **В том числе выполнение курсовой работы**	**649** **50**	

4.5. Курсовое проектирование

Курсовое проектирование по модулю «Управление электронным предприятием и Интернет-ресурсами» предполагает контактные (практические) занятия и самостоятельную работу обучающегося.

Практические занятия	2 часа
Самостоятельная работа	50 часов

4.5.1. Порядок выполнения курсовой работы

В рамках учебного модуля «Управление электронным предприятием и Интернет-ресурсами» предусмотрено выполнение курсовой работы согласно индивидуальному заданию, представляющей собойвыполненную в письменном виде самостоятельную учебную работу обучающегося, раскрывающую теоретические и практические проблемы избранной темы на примере конкретной организации.

В процессе выполнения курсовой работы студенты должны проявить знания и приобрести навыки в областиуправления контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов).

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.

4.5.2. Темы курсовой работы

Обучающийся самостоятельно выбирает направление деятельности нового, проектируемого предприятия.

Требования, которые должно соблюдаться при выборе предприятия:

- Рекомендуется, чтобы деятельность предприятия была связана либо с продажей товаров, либо со сферой оказания услуг;

Руководитель регистрирует тему, утверждает содержание работы, консультирует студента в процессе подготовки, проверяет работу, организует защиту. Работа допускается к защите на основании положительного отзыва руководителя. Защита проводится в соответствии с графиком

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

Индивидуальные задания для выполнения курсовой работы

Вариант 1:

Проектирование и создание интернет-магазина для предприятия

Вариант 2:

Разработка интернет-магазина с использованием современных методов для повышения уровня юзабилити сайта для предприятия

Вариант 3:

Управление контентом предприятия и интернет-ресурсами для предприятия

Вариант 4:

Управление контентом предприятия и использование контент-сервисов для предприятия

Вариант 5:

Формирование требований и выбор программного обеспечения для создания интернет-магазина для предприятия

Вариативность заданий на курсовую работу возникает за счет того, что каждый студент, в качестве объекта исследования, по согласованию с преподавателем, выбирает заинтересовавшее его направление деятельности.

- Рекомендуется, чтобы деятельность предприятия была связана либо с продажей продукции, либо с оказанием услуг;

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

Фонд оценочных средств по модулю представлен в Приложении № 1

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, контроля выполнения индивидуального задания, отчета по лабораторному практикуму, устного опроса.

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 приводится пример варианта тестовых вопросов.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации в форме компьютерного тестирования

ПК-6.1

Какой самый популярный вид лендинга?
а) CTR-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

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-8.1

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

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

электронные учебные издания

1. *Гаврилов, Л. П.* Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. **(ЭБС «Юрайт»)**
2. *Гаврилов, Л. П.* Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14897-8. **(ЭБС «Юрайт»)**
3. *Зараменских, Е. П.* Основы бизнес-информатики : учебник и практикум для вузов / Е. П. Зараменских. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 407 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8210-7. **(ЭБС «Юрайт»)**
4. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. **(ЭБС «Юрайт»)**
5. 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, 2021. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. **(ЭБС «Юрайт»)**
6. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1. : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство

Юрайт, 2021. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02363-3.**(ЭБС «Юрайт»)**

7. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. **(ЭБС «Юрайт»)**

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

Официальный сайт СПбГТИ(ТУ) http://technolog.edu.ru
Размещены :
- учебный план
- РПМ
- учебно-методические материалы

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»

Принадлежность – сторонняя.

Договор № 130 (ЕП) 2020 от 01.12.2018

Адрес сайта – https://urait.ru

3. E-library.ru – научная электронная библиотека.

Принадлежность – сторонняя. Договор № SU-676/2021 от 02.12.2020

Адрес сайта – http://elibrary.ru

Подписка СПбГТИ (ТУ) ФЭМ содержит 10 журналов:

- ✓ Журнал «Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика»
- ✓ Журнал «Вестник Российского экономического университета им. Г.В.Плеханова»
- ✓ Журнал «Вопросы экономических наук»
- ✓ Журнал «Труд и социальные отношения»
- ✓ Журнал «Управление риском»
- ✓ Журнал «Человеческий капитал и профессиональное образование»
- ✓ Журнал « Экономические стратегии»
- ✓ Журнал « Российский журнал менеджмента»
- ✓ Журнал « Креативная экономика»

Журнал «Экономический вектор» (издается ФЭМ СПбГТИ(ТУ), журнал перечня ВАК)

Профессиональные базы данных

1. **ПБД ФЭМ** Принадлежность –собственная СПбГТИ (ТУ)
   Адрес сайта https://gtifem.ru/umr/biblioteka-faylov/?sphrase_id=97#s15

1. **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 преподаватели должны проводить в соответствие 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 020-2011. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Лабораторные занятия. Общие требования к организации проведения.

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.

Основными условиями правильной организации учебного процесса для обучающихся является:

плановость в организации учебной работы;

серьезное отношение к изучению материала;

постоянный самоконтроль.

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 информационно-образовательной среды (ЭИОС СПбГТИ(ТУ)).

10.2. Лицензионное программное обеспечение.

MicrosoftOffice 2010 (MicrosoftExcel, MicrosoftWord)

ОперационнаясистемаMicrosoftWindows 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

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата. Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определен в рабочих программах модулей.

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

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями обеспечиваются электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

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.

Для выполнения заданий студенты используют пакет программ Microsoft Office, правовую систему Гарант «Консультант Плюс».

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.

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

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами сограниченными 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 электроном 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 обучающихся, 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.