



Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
Московской области

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебно-методической работе



Н.В. Бабина  
«15» июля 2022 г.

**ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ИНЖЕНЕРНОГО  
БИЗНЕСА**

**КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**ДИСЦИПЛИНЫ**

**«НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ СЕМИНАР "ЦИФРОВЫЕ  
ПРОДУКТЫ"»**

**Направление подготовки:** 38.03.05 Бизнес-информатика

**Профиль:** Инжиниринг бизнес-процессов

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Форма обучения:** очная

Королев  
2022

Рабочая программа является составной частью основной профессиональной образовательной программы и проходит рецензирование со стороны работодателей в составе основной профессиональной образовательной программы. Рабочая программа актуализируется и корректируется ежегодно.

**Автор: Джамалдинова М. Д. Рабочая программа дисциплины: «Научно-исследовательский семинар "Цифровые продукты"» – Королев МО: «МГОТУ», 2022 г.**

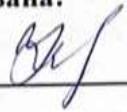
Рецензент: д.э.н., профессор Меньшикова М.А.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки бакалавров 38.03.05 «Бизнес-информатика» и Учебного плана, утвержденного Ученым советом «МГОТУ». Протокол №9 от 12 апреля 2022 г.

**Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры:**

Заведующий кафедрой (ФИО, ученая степень, звание, подпись)	Меньшикова М. А., д.э.н., профессор 			
Год утверждения (переподтверждения)	2022	2023	2024	2025
Номер и дата протокола заседания кафедры	№ 8 от 25.03.2022			

**Рабочая программа согласована:**

Руководитель ОПОП ВО  к.э.н., доц. Е. И. Корженевская

**Рабочая программа рекомендована на заседании УМС:**

Год утверждения (переподтверждения)	2022	2023	2024	2025
Номер и дата протокола заседания УМС	№7 от 15.06.2022			

## **1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП**

**Цель преподавания дисциплины:** формирование у студентов умений и навыков организации, выполнения и представления индивидуальных и коллективных научно-исследовательских работ, направленных на инжиниринг или реинжиниринг бизнес-процессов и кросс-функциональных процессов с целью повышения эффективности коммерческой деятельности предприятия по производству цифровых продуктов в связи с использованием современных моделей электронной коммерции.

В процессе обучения студент приобретает и совершенствует следующие компетенции.

### **Профессиональные компетенции**

- **ПК-4** – Способен организовывать процесс бюджетирования проекта или серии продуктов, включая контроль за платежной документацией;
- **ПК-10** – способен к коммуникации и кооперации в цифровой среде с использованием цифровых средств, позволяющим во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей..

Основными задачами дисциплины являются:

- формирование навыков использования экономических знаний (микроэкономики, макроэкономики, экономики предприятия, экономики отраслевых рынков) при проведении научно-исследовательских и предпринимательских проектов, направленных на реализацию цифровых продуктов;
- формирование навыков самоорганизации и самообразования;
- формирование навыков использования инструментария интернет-маркетинга и электронной коммерции, который может использоваться для решения задач электронного бизнеса;
- формирование навыков работы с маркетинговыми базами данных в Интернете и научить эффективно использовать полученную информацию;
- формирование целостной системы знаний в сфере интернет-маркетинга и электронной коммерции, научить применять их в реальной среде;
- формирование навыков использования математического аппарата и инструментальных средств для обработки, анализа и систематизации информации в исследованиях в области экономики, бизнес-управления и информационных технологий;
- формирование навыков подготовки и представления результатов исследований в виде отчетов, презентаций, публикаций.

После завершения освоения данной дисциплины студент приобретает:

<b>Наименование индикатора достижения компетенции</b>		
<b>Трудовые действия</b>	<b>Необходимые умения</b>	<b>Необходимые знания</b>
Выполняет классификацию процессов и объектов окружения процесса или административного регламента, может организовывать процесс бюджетирования, организовать контроль за платежной документацией	Владеет навыками бюджетирования, управления коммуникациями в проекте.	Знает основы управления проектами, основы оценки (прогнозирования) бюджетов и графиков: метод аналогов, экспертных оценок; основы управления коммуникациями в проекте, имеет базовые навыки управления
Взаимодействует с другими людьми для достижения поставленных целей	Организует коммуникацию и кооперацию с использованием цифровых средств	Коммуницирует и осуществляет кооперацию в цифровой среде

## **1. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО**

Научно-исследовательский семинар «Цифровые продукты» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 38.03.05 «Бизнес-информатика» профиль «Инжиниринг бизнес-процессов».

Дисциплина реализуется кафедрой экономики.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных по ранее изученным дисциплинам: «Введение в профессию», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Моделирование и анализ бизнес-процессов» и компетенциях: УК-1, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-6.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением сущности и особенностей осуществления коммерческой деятельности предприятия по производству цифровых продуктов в связи с использованием современных моделей электронной коммерции.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа.

Преподавание дисциплины для студентов очной формы обучения ведется на 3-м курсе, в 5-м семестре, продолжительностью 16 недель и предусматривает проведение занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Предусмотрена практическая подготовка обучающихся – 16 часов.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме зачета, промежуточная аттестация в форме тестирования.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при освоении дисциплины учебного плана «Оценка стоимости бизнеса», «Аудит эффективности бизнеса», «Экономика и анализ рынка ИС и ИКТ», «Планирование и организация производства» и написании выпускной квалификационной работы.

## 2. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Таблица 1

Виды занятий	Всего часов	Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Семестр 4	Семестр 5
<b>ОЧНОЕ ОБУЧЕНИЕ</b>						
Общая трудоемкость	72					72
Аудиторные занятия	32					32
Лекции (Л)	16					16
Практические занятия (ПЗ)	16					16
Лабораторные работы (ЛР)	-					-
Практическая подготовка	16					16
Самостоятельная работа	40					40
Курсовой проект	-					-
Контрольная работа, домашнее задание	+					+
Текущий контроль знаний (7 - 8, 15 - 16 недели)	Круглый стол					Круглый стол
Вид итогового контроля	Зачет					Зачет

### 3. Темы дисциплины и виды занятий

#### 4.1. Темы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы	Лекции, часов	Практические занятия, часов	Занятия в интерактивной форме, часов	Практическая подготовка, часов	Код компетенций
1.	Основы Интернет-маркетинга и электронной коммерции	4	4	2	4	ПК-4, ПК-10
2.	Технологические платформы Интернет-маркетинга и электронной коммерции	4	4	2	4	ПК-4, ПК-10
3.	Маркетинговые исследования в Интернет. Товарная и ценовая политика в Интернет. Распределение в сети Интернет	4	4	2	4	ПК-4, ПК-10
4.	Продвижение в сети Интернет. Эффективность в Интернет-маркетинге	4	4	2	4	ПК-4, ПК-10
	<b>Итого:</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	

#### 4.2. Содержание тем дисциплины

##### **Тема 1. Основы Интернет-маркетинга и электронной коммерции**

Исходные идеи интернет-маркетинга.

Целевые группы Интернет-маркетинга.

Составляющие электронной коммерции и Интернет-маркетинга.

Инструменты Интернет-маркетинга.

Интернет-маркетинг в современных условиях.

Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.

##### **Тема 2. Технологические платформы Интернет-маркетинга и электронной коммерции**

Веб-сайты. Создание сайтов.

Поисковые системы и каталоги.

Платформы веб.2.0.

Социальные сети.

Порталы и блоги.

Контекстная реклама.

Поисковое продвижение сайта (SEO)

### **Тема 3. Маркетинговые исследования в Интернет. Товарная и ценовая политика в Интернет. Распределение в сети Интернет**

Интернет-опросы.

Мониторинговые системы.

Мониторинг сайтов и социальных сетей.

Товары и услуги, реализуемые через Интернет.

Адаптация товаров и услуг для реализации через Интернет.

Продажа товаров через интернет-магазины.

Интернет-посредники.

Технологии баннерной рекламы.

Аудитория Интернета.

Основные принципы работы с аудиторией сайта

### **Тема 4. Продвижение в сети Интернет. Эффективность в Интернет-маркетинге**

Реклама в Интернет.

Баннерная реклама.

Контекстная реклама.

Партнерские программы в Интернет.

E-mail – маркетинг.

Интернет-брендинг.

Социальные сети как инструмент продвижения.

Размещение рекламы в играх.

PR в Интернете.

Особенности измерения эффективности в Интернет-маркетинге.

Измерение конверсии.

Медиапланирование.

Анализ эффективности интернет-рекламы.

Вебаналитика. Стратегия, планирование в Интернет-маркетинге.

Оценка эффективности мероприятий Интернет-маркетинга.

#### **4. Перечень учебно - методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине**

«Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины» (приведены в Приложении 2 к настоящей Рабочей программе).

#### **5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Структура фонда оценочных средств для проведения промежуточной

аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) приведена в Приложении 1 к рабочей программе.

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **Основная литература:**

1. Меняев, М. Ф. Цифровая экономика предприятия : учебник / М.Ф. Меняев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 369 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1045031. - ISBN 978-5-16-015656-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1217285> (дата обращения: 02.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

### **Дополнительная литература:**

1. Басовский, Л. Е. Основы научных исследований : учебник / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 257 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1192099. - ISBN 978-5-16-016586-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1192099> (дата обращения: 02.06.2022). – Режим доступа: по подписке
2. Кулагин, В. Digital @ Scale: настольная книга по цифровизации бизнеса / В. Кулагин, А. Сухаревски, Ю. Мефферт. - Москва : Интеллектуальная Литература, 2019. - 293 с. - ISBN 978-5-60428-789-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1077951> (дата обращения: 02.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

### **Рекомендуемая литература:**

1. ГОСТ 7.32-2017 Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления
2. ГОСТ 7.60-2003. Издания. Основные виды. Термины и определения
3. ГОСТ 7.0.5-2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления
4. Данилова, И. И. Введение в проектную и научно-исследовательскую деятельность : учебное пособие : [16+] / И. И. Данилова, Ю. В. Привалова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2019. – 107 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577704>
5. Космин В.В. Основы научных исследований (Общий курс) : учеб. пособие / В.В. Космин. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. — 227 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; URL: <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Магистратура). — <https://doi.org/10.12737/12140>. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/910383>

6. Математические методы и модели исследования операций : учебник / А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. – 7-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 398 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573373>
7. Моделирование бизнес-процессов : учебное пособие : / А.Н. Байдаков, О.С. Звягинцева, А.В. Назаренко и др. ; Ставропольский государственный аграрный университет, Кафедра менеджмента. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 179 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484916> – Текст : электронный
8. Новиков, А. И. Экономико-математические методы и модели : учебник / А. И. Новиков. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 532 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573375>
9. Организационное проектирование: реорганизация, реинжиниринг, гармонизация : учебное пособие / С.А. Лочан, Л.М. Альбитер, Ф.З. Семенова, Д.С. Петросян ; под ред. Д.С. Петросяна. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 196 с. — (Высшее образование: Магистратура). — [www.dx.doi.org/10.12737/19670](http://www.dx.doi.org/10.12737/19670). - ISBN 978-5-16-011880-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1216467> (дата обращения: 02.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
10. Резник, С. Д. Управление изменениями : учебник / С.Д. Резник, М.В. Черниковская, И.С. Чемезов ; под общ. ред. С.Д. Резника. — 4-е изд., стер. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 379 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/18430. - ISBN 978-5-16-015901-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1850636> (дата обращения: 02.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

### **Периодические издания**

1. Бизнес-информатика. Журнал издательского дома «Высшая школа экономики»
2. Ведомости - ежедневная деловая газета
3. Вопросы региональной экономики. Издательство ГБОУ ВО МО «Технологический университет»
4. Журнал управления проектами и программами. Издательский дом «Гребенников»
5. Информационно-технологический вестник. Издательство ГБОУ ВО МО «Технологический университет»
6. Коммерсант. Ежедневная газета
7. Российский журнал управления проектами. Издательский дом «Инфра-М»

## **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

- <http://diss.rsl.ru> – электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки.
- <http://elibrary.ru> – Научная электронная библиотека.
- <http://www.budgetrf.ru> — Мониторинг экономических показателей
- <http://www.cbr.ru> — Официальный сайт Центрального банка России (аналитические материалы)
- <http://www.rosstat.gov.ru> – Федеральная служба государственной статистики
- <http://www.gov.ru> - сервер органов государственной власти Российской Федерации.
- <http://www.gpntb.ru> - Государственная публичная научно-техническая библиотека России.
- <http://www.rbc.ru> — РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера)
- <http://www.rsl.ru> - Российская государственная библиотека.

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

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины приведены в Приложении 2 к настоящему Положению.

## **9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Перечень программного обеспечения: MS Office

### **Электронные библиотечные системы**

1. Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru/>
2. Лань - <http://e.lanbook.com/>
3. Знаниум - <https://znanium.com/>

### **Электронные ресурсы библиотеки МГОТУ**

<https://unitech-mo.ru/library/resources/>

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

Лекционные занятия:

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран).

Практические занятия:

- учебный класс, оснащенный вычислительной техникой (ПК) и доступом к Интернет-ресурсам.

- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;

- рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет.

**Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

***ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА  
И ИНЖЕНЕРНОГО БИЗНЕСА***

***КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ***

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО  
ДИСЦИПЛИНЕ**

**« НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ СЕМИНАР  
«ЦИФРОВЫЕ ПРОДУКТЫ» »**

**(Приложение 1 к рабочей программе)**

**Направление подготовки: 38.03.05 – Бизнес-информатика**

**Профиль: Инжиниринг бизнес-процессов**

**Квалификация (степень) выпускника: бакалавр**

**Форма обучения: очная**

# 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 1

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)*	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части), обучающийся приобретает		
				Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
1	ПК-4	Способен организовывать процесс бюджетирования проекта или серии продуктов, включая контроль за платежной документацией;	Темы 1 -4	Выполняет классификацию процессов и объектов окружения процесса или административного регламента, может организовать процесс бюджетирования, организовать контроль за платежной документацией	Владеет навыками бюджетирования, управления коммуникации в проекте.	Знает основы управления проектами, основы оценки (прогнозирования) бюджетов и графиков: метод аналогов, экспертных оценок; основы управления коммуникации в проекте, имеет базовые навыки управления
2	ПК-10	способен к коммуникации и кооперации в цифровой среде с использованием цифровых средств, позволяющим во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей.	Темы 1 -4	Взаимодействует с другими людьми для достижения поставленных целей	Организует коммуникацию и кооперацию с использованием цифровых средств	Коммуницирует и осуществляет кооперацию в цифровой среде

## 2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

### Шкала оценивания

<b>Характеристика уровней освоения компетенций</b>		
<b>Уровни</b>	<b>Содержание</b>	<b>Проявление</b>
Компетенция не сформирована	Результаты обучения свидетельствуют об усвоении обучающимся некоторых элементарных знаний основных вопросов	Допущенные ошибки и неточности показывают, что обучающиеся не овладели необходимой системой знаний
Базовый	Обучающийся обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями	Обучающийся способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и навыков для решения практико-ориентированных задач
Продвинутый	Обучающийся демонстрирует результаты на уровне осознанного выполнения трудовых действий, владения учебным материалом, учебными умениями и навыками	Обучающийся способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практикоориентированных ситуациях
Высокий	Высокий уровень является основой для формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, соответствующих требованиям федерального государственного образовательного стандарта	Обучающийся способен использовать сведения из различных источников для успешного исследования и поиска решения в нестандартных практикоориентированных ситуациях

Таблица 2

Код компетенции	Инструмент, оценивающий сформированность компетенции	Показатель оценивания компетенции	Форма проведения и критерии оценки
ПК-4, ПК-10	Доклад	<p>А) полностью сформирована – 5 баллов</p> <p>Б) частично сформирована – 1-4 балла</p> <p>В) не сформирована- 0 баллов</p>	<p>Проводится в устной форме.</p> <p>Критерии оценки:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Соответствие содержания доклада заявленной тематике (1 балл).</li> <li>2. Качество источников и их количество при подготовке работы (1 балл).</li> <li>3. Владение информацией и способность отвечать на вопросы аудитории (1 балл).</li> <li>4. Качество самой представленной работы (1 балл).</li> <li>5. Оригинальность подхода и всестороннее раскрытие выбранной тематики (1 балл).</li> </ol> <p>Максимальная сумма баллов - 5.</p>
ПК-4, ПК-10	Научная статья	<p>А) полностью сформирована – 5 баллов</p> <p>Б) частично сформирована – 1-4 балла</p> <p>В) не сформирована – 0 баллов</p>	<p>Критерии оценки:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Статья принята к публикации или опубликована – 5 баллов.</li> <li>2. Статья прошла внешнее рецензирование и автором получены несущественные замечания по доработке – 4 балла.</li> <li>3. Статья прошла рецензирование и автором получены существенные замечания к содержанию работы – 3.</li> <li>4. Статья прошла групповое рецензирование и автором получены несущественные замечания по доработке – 2</li> <li>5. Статья прошла групповое рецензирование и автором получены существенные замечания по доработке – 1.</li> <li>6. Статья не прошла групповое рецензирование или не была допущена до рецензирования – 0.</li> </ol> <p>Баллы не суммируются.</p>

**3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Примерные темы докладов**

1. Интернет-маркетинг в различных странах
2. Преимущества поискового продвижения сайта. Перелинковка.
3. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов.
4. Разработка мероприятий по баннерной рекламе
5. Основные принципы работы с аудиторией сайта.
6. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.
7. Проблемы конверсии.
8. Основные принципы генерации входящего трафика веб-сайта - таргетинг, коммуникейшн-микс, тайминг
9. Анализ спроса в сети Интернет. Web аналитика.
10. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика
11. Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества
12. Celebrity – позиционирование на виртуальном рынке
13. Составление аналитического отчета мероприятий Интернет-маркетинга.

В качестве инструмента для текущего контроля знаний предусмотрены круглые столы с участием всех студентов группы и всех преподавателей, задействованных при реализации дисциплины. При возможности, к участию в круглых столах приглашаются преподаватели смежных кафедр, участвующие в роли экспертов, а также – эксперты с опытом работы в исследуемых предметных областях.

Задачи каждого круглого стола:

- отчет студенческих исследовательских и проектных групп о текущих результатах проведения исследования;
  - корректировка методов, инструментов или способов организации исследований с учетом мнений других участников круглого стола;
- Модератором круглого стола является заведующий кафедрой или руководитель образовательной программы.

Работа студенческих исследовательских и проектных групп оценивается преподавателями-руководителями групп и экспертами в форме оценочного листа по пятибалльной шкале.

Результаты круглого стола могут быть опубликованы в формате краткого изложения выступления всех участников или общего резюме.

#### 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Формой контроля знаний по дисциплине являются текущие аттестации в форме круглых столов и одна промежуточная аттестация в виде зачета в устной форме. Завершает дисциплину зачет с оценкой в 7 семестре.

Неделя текущего контроля	Вид оценочного средства	Код компетенций, оценивающих знания, умения, навыки	Содержание оценочного средства	Требования к выполнению	Срок сдачи (неделя семестра)	Критерии оценки по содержанию и качеству с указанием баллов
Проводится в сроки, установленные графиком образовательного процесса	Круглый стол	ПК-4, ПК-10	Доклад	В устной форме с представлением презентации в формате ppt или pptx Время доклада – 5-7 минут Время обсуждения – 3-5 минут	Результаты оценки экспертами проставляются в электронный журнал всем участникам исследовательских и проектных групп в день проведения мероприятия	Критерии оценки: 1. Соответствие содержания доклада заявленной тематике (1 балл). 2. Качество источников и их количество при подготовке работы (1 балл). 3. Владение информацией и способность отвечать на вопросы аудитории (1 балл). 4. Качество самой представленной работы (1 балл). 5. Оригинальность подхода и всестороннее раскрытие выбранной тематики (1 балл). Максимальная оценка – 5 баллов.

Проводит ся в сроки, установле нные графиком образоват ельного процесса	Круглый стол	ПК-4, ПК-10	Доклад	В устной форме с представлени ем презентации в формате ppt или pptx Время доклада – 5-7 минут Время обсуждения – 3-5 минут	Результаты оценки экспертами проставляю тся в электронны й журнал всем участникам исследовате льских и проектных групп в день проведения мероприяти я	Критерии оценки: 1. Соответствие содержания доклада заявленной тематике (1 балл). 2. Качество источников и их количество при подготовке работы (1 балл). 3. Владение информацией и способность отвечать на вопросы аудитории (1 балл). 4. Качество самой представленной работы (1 балл). 5. Оригинальность подхода и всестороннее раскрытие выбранной тематике (1 балл). Максимальная оценка – 5 баллов.
Проводит ся в сроки, установле нные графиком образоват ельного процесса	Зачет	ПК-4, ПК-10	Отчет о выполне нии задания	Зачет проводится в письменной форме, путем проверки отчета.	Результаты предоставля ются в день проведения зачета.	Критерии оценки: «Зачтено»: Исследовательское задание, выданное руководителем в начале семестра, выполнено в полном объеме  «Незачтено»: Исследовательское задание выданное руководителем в начале семестра, не выполнено.

### Содержание зачета

На зачете студентом представляется отчет (в случае работы в составе исследовательской или проектной группы и получения коллективного задания – коллективный отчет) о выполнении задания. *Пример задания представлен ниже.*

## Индивидуальный план исследовательской работы студента

1. Определение тематики, цели и задач исследования
2. Выбор и обоснование формы исследования
3. Составление плана исследования
4. Выбор обоснование инструментов и методов исследования
5. Подбор и аннотирование источников исследования
6. Оформление результатов исследования
7. Составление корректного списка источников
8. Представление результатов исследования

***ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА  
И ИНЖЕНЕРНОГО БИЗНЕСА***

***КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ***

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ  
«НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ СЕМИНАР  
«ЦИФРОВОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ»  
(Приложение 2 к рабочей программе)**

**Направление подготовки:** 38.03.05 – Бизнес-информатика

**Профиль:** Инжиниринг бизнес-процессов

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная

## **Структура содержания методических указаний для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

- 1. Общие положения.**
- 2. Указания по проведению практических (семинарских) занятий.**
- 3. Указания по проведению лабораторного практикума (при наличии в учебном плане).**
- 4. Указания по проведению самостоятельной работы обучающихся.**
- 5. Указания по проведению контрольных работ для обучающихся очной, заочной формы обучения.**
- 6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы.**
- 7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**
- 8. Перечень информационных технологий.**

### **1. Общие положения**

**Цель преподавания дисциплины:** формирование у студентов умений и навыков организации, выполнения и представления индивидуальных и коллективных научно-исследовательских работ, направленных на инжиниринг или реинжиниринг бизнес-процессов и кросс-функциональных процессов с целью повышения эффективности коммерческой деятельности предприятия по производству цифровых продуктов в связи с использованием современных моделей электронной коммерции.

**Основными задачами дисциплины являются:**

- формирование навыков использования экономических знаний (микроэкономики, макроэкономики, экономики предприятия, экономики отраслевых рынков) при проведении научно-исследовательских и предпринимательских проектов, направленных на реализацию цифровых продуктов;
- формирование навыков самоорганизации и самообразования;
- формирование навыков использования инструментария интернет-маркетинга и электронной коммерции, который может использоваться для решения задач электронного бизнеса;
- формирование навыков работы с маркетинговыми базами данных в Интернете и научить эффективно использовать полученную информацию;
- формирование целостной системы знаний в сфере интернет-маркетинга и электронной коммерции, научить применять их в реальной среде;
- формирование навыков использования математического аппарата и инструментальных средств для обработки, анализа и систематизации информации в исследованиях в области экономики, бизнес-управления и информационных технологий;

- формирование навыков подготовки и представления результатов исследований в виде отчетов, презентаций, публикаций.

## **Указания по проведению практических занятий**

### **Виды практических занятий:**

практическая работа в группах;

смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение докладов со свободным выступлением студентов и дискуссиями.

### **Практическое занятие 1**

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение докладов со свободным выступлением студентов и дискуссиями; практическая работа в группах.

Тема занятия: **Основы Интернет-маркетинга и электронной коммерции**

Вопросы для обсуждения:

- Анализ специфики мероприятий Интернет-маркетинга в различных странах;
- Преимущества поискового продвижения сайта.
- Перелинковка.
- Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов.

Образовательные технологии: групповые дискуссии.

Продолжительность занятия – 2 час

### **Практическое занятие 2.**

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение докладов со свободным выступлением студентов и дискуссиями; практическая работа в группах.

Тема занятия: **Технологические платформы Интернет-маркетинга и электронной коммерции**

Вопросы для обсуждения:

- Выбор инструментов продвижения в социальных сетях;
- Разработка мероприятий по баннерной рекламе;
- Основные принципы работы с аудиторией сайта.
- Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.

Образовательные технологии: групповые дискуссии.

Продолжительность занятия – 2 час

### **Практическое занятие 3**

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение докладов со свободным выступлением студентов и дискуссиями; практическая работа в группах.

Тема и содержание практического занятия: **Маркетинговые исследования в Интернет. Товарная и ценовая политика в Интернет. Распределение в**

## **сети Интернет**

Вопросы для обсуждения:

- Медиапланирование.
- Проблемы конверсии.
- Основные принципы генерации входящего трафика веб-сайта - таргетинг, коммуникейшн-микс, тайминг;
- Анализ спроса в сети Интернет.
- Web аналитика.
- Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.

Образовательные технологии: групповые дискуссии.

Продолжительность занятия – 2 час

## **Практическое занятие 4**

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение докладов со свободным выступлением студентов и дискуссиями; практическая работа в группах.

Тема и содержание практического занятия: **Продвижение в сети Интернет.**

**Эффективность в Интернет-маркетинге**

Вопросы для обсуждения:

- Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества;
- Celebrity – позиционирование на виртуальном рынке;
- Составление аналитического отчета мероприятий Интернет-маркетинга.

Образовательные технологии: **Круглый стол.**

Продолжительность занятия – 2 час

### 3. Указания по проведению самостоятельной работы студентов

Таблица 1

№ п/п	Наименование блока (раздела) дисциплины	Виды СРС
1.	Основы Интернет-маркетинга и электронной коммерции	1) Изучение рекомендованной литературы и материалов периодической печати 2) Выполнение индивидуального задания научного руководителя и консультанта
2.	Технологические платформы Интернет-маркетинга и электронной коммерции	1) Изучение рекомендованной литературы и материалов периодической печати 2) Выполнение индивидуального задания научного руководителя и консультанта
3.	Маркетинговые исследования в Интернет. Товарная и ценовая политика в Интернет. Распределение в сети Интернет	1) Изучение рекомендованной литературы и материалов периодической печати 2) Выполнение индивидуального задания научного руководителя и консультанта
4.	Продвижение в сети Интернет. Эффективность в Интернет-маркетинге	1) Изучение рекомендованной литературы и материалов периодической печати 2) Выполнение индивидуального задания научного руководителя и консультанта

### 4. Указания по проведению лабораторного практикума

Проведение лабораторного практикума не предусмотрено учебным планом.

## **5. Указания по проведению контрольных работ для студентов**

Контрольная работа по дисциплине «Научно-исследовательский семинар «Цифровые продукты» выполняется студентами в соответствии с учебным планом. Контрольная работа является самостоятельной работой студентов и служит подготовительным этапом к сдаче зачета. Без выполнения контрольной работы и собеседования по ней студент не допускается к сдаче зачета.

Контрольная работа имеет целью закрепление и углубление знаний, полученных студентами при изучении дисциплины, и является формой промежуточного контроля знаний студентов. Задачами контрольной работы являются освоение студентом основ исследовательской работы, приобретение навыков работы с источниками и овладение профессиональной лексикой.

Все части контрольной работы должны быть изложены в строгой логической последовательности и взаимосвязи.

Контрольная работа представляет собой подготовку исследовательского проекта в профессиональной области и его экспертизу.

Студент может предложить свою тему с обоснованием целесообразности ее исследования.

### **5.2. Примерная тематика письменных контрольных работ в форме исследовательского проекта**

1. Понятие Интернет маркетинга.
2. Создание рекламной кампании в сети Интернет.
3. Специфика мероприятий Интернет-маркетинга в России.
4. Средства Интернет-коммуникации.
5. PR-кампания в Интернете.
6. Интерактивный Интернет маркетинг: приложения и игры, ролики.
7. Понятие контекстной рекламы.
8. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании.
9. Расчет эффективности контекстной рекламной кампании.
10. Понятие поискового продвижения сайта.
11. Поисковая оптимизация.
12. Понятие и сущность социальной сети.
13. Интеграция сайта с социальными сетями.
14. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет.
15. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
16. Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет-маркетинга.
17. Понятие эффективности мероприятий Интернет-маркетинга.
18. Пост-клик анализ рекламной кампании.
19. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы.
20. Особенности оценки эффективности поисковой оптимизации сайтов
21. Рекламная кампания в сети Интернет

22. Место и роль мероприятий Интернет-маркетинга в рекламной деятельности российских и иностранных предприятий.
23. Создание рекламной кампании в сети Интернет.
24. Специфика мероприятий Интернет-маркетинга в России.
25. Средства Интернет-коммуникации.
26. Отличительные особенности средств маркетинговых коммуникаций от традиционных.
27. Интерактивный Интернет маркетинг.
28. Вирусный маркетинг.
29. Сущность и преимущества контекстной рекламы.
30. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании.
31. Место контекстной рекламы в Интернет-маркетинге.
32. Рынок контекстной рекламы.
33. Создание и настройка объявлений в Яндекс Директ, GoogleAdwords.
34. Сервисы контекстной рекламы.
35. Сущность поискового продвижения сайта.
36. Внутренние факторы, влияющие на продвижение сайта.
37. Подбор ключевых запросов.
38. Поисковая оптимизация.
39. Преимущества поискового продвижения сайта.
40. Перелинковка.
41. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов.
42. Сущность социальной сети.
43. Стратегия продвижения в социальных сетях.
44. Интеграция сайта с социальными сетями.
45. Основные отличия российских и иностранных социальных сетей.
46. Инструменты продвижения в социальных сетях
47. Маркетинговая стратегия в сети Интернет.
48. Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет-маркетинга.
49. Анализ спроса в сети Интернет.
50. Web-аналитика.
51. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
52. Эффективность мероприятий Интернет-маркетинга.
53. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов.
54. Аналитический отчет мероприятий Интернет-маркетинга.
55. Web-сервисы статистики посещений сайтов: отличия и преимущества

Контрольная работа должна быть своевременно представлена преподавателю. Неудовлетворительная работа возвращается студенту для исправления недостатков и устранения замечаний.

### **5.3. Требования к элементам контрольной работы**

Структура контрольной работы, посвященной разработке исследовательского проекта, должна содержать следующие разделы:

- 1) Аннотация и ключевые слова на русском и английском языке

- 2) Постановка проблемы
- 3) Инструменты и методы
- 4) Основная часть
- 5) Выводы и рекомендации
- 6) Список использованных источников

Рекомендуемый объем работы - 5-7 страниц

### **5.3.1 Требования к содержанию (основной части) контрольной работы**

В контрольной работе, посвященной разработке исследовательского проекта, следует раскрыть следующие вопросы:

- 1) Аннотация и ключевые слова на русском и английском языке
- 2) Постановка проблемы: актуальность выбранной темы, цель и задачи исследования.
- 3) Инструменты и методы: методы и инструменты, используемые при проведении исследования: аналитические, графические и т.д.
- 4) Основная часть: основные понятия, относящиеся к выбранной теме, взаимосвязь между ними, современное состояние изучаемой проблемы, перспективы развития области.
- 5) Выводы и рекомендации: обобщающие выводы о проделанной работе, возможные пути практической реализации и выгоды.
- 6) Список использованных источников

### **5.4. Требования к оформлению**

*Требования к оформлению текста:*

Шрифт Times new roman, размер шрифта – 14, интервал - 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25 см. Поля документа: верхнее и нижнее – по 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см.

Работа должна быть выполнена студентом самостоятельно, содержать ссылки на цитируемые материалы. Оценка самостоятельности проводится выборочным поиском и на основе базы "Антиплагиат.ру". Уровень оригинальности файла - не ниже 50%.

## **5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **Основная литература:**

1. Меняев, М. Ф. Цифровая экономика предприятия : учебник / М.Ф. Меняев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 369 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1045031. - ISBN 978-5-16-015656-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1217285> (дата обращения: 02.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

### **Дополнительная литература:**

1. Басовский, Л. Е. Основы научных исследований : учебник / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 257 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1192099. - ISBN 978-5-16-016586-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1192099> (дата обращения: 02.06.2022). – Режим доступа: по подписке
2. Кулагин, В. Digital @ Scale: настольная книга по цифровизации бизнеса / В. Кулагин, А. Сухаревски, Ю. Мефферт. - Москва : Интеллектуальная Литература, 2019. - 293 с. - ISBN 978-5-60428-789-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1077951> (дата обращения: 02.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

### **Рекомендуемая литература:**

1. ГОСТ 7.32-2017 Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления
2. ГОСТ 7.60-2003. Издания. Основные виды. Термины и определения
3. ГОСТ 7.0.5-2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления
4. Данилова, И. И. Введение в проектную и научно-исследовательскую деятельность : учебное пособие : [16+] / И. И. Данилова, Ю. В. Привалова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2019. – 107 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577704>
5. Космин В.В. Основы научных исследований (Общий курс) : учеб. пособие / В.В. Космин. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. — 227 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; URL: <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Магистратура). — <https://doi.org/10.12737/12140>. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/910383>
6. Математические методы и модели исследования операций : учебник / А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. – 7-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 398 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573373>
7. Моделирование бизнес-процессов : учебное пособие : / А.Н. Байдаков, О.С. Звягинцева, А.В. Назаренко и др. ; Ставропольский государственный аграрный университет, Кафедра менеджмента. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 179 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484916> – Текст : электронный
8. Новиков, А. И. Экономико-математические методы и модели : учебник / А. И. Новиков. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 532 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по

подписке.

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573375>

9. Организационное проектирование: реорганизация, реинжиниринг, гармонизация : учебное пособие / С.А. Лочан, Л.М. Альбитер, Ф.З. Семенова, Д.С. Петросян ; под ред. Д.С. Петросяна. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 196 с. — (Высшее образование: Магистратура). — [www.dx.doi.org/10.12737/19670](http://www.dx.doi.org/10.12737/19670). - ISBN 978-5-16-011880-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1216467> (дата обращения: 02.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
10. Резник, С. Д. Управление изменениями : учебник / С.Д. Резник, М.В. Черниковская, И.С. Чемезов ; под общ. ред. С.Д. Резника. — 4-е изд., стер. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 379 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/18430. - ISBN 978-5-16-015901-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1850636> (дата обращения: 02.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

### Периодические издания

1. Бизнес-информатика. Журнал издательского дома «Высшая школа экономики»
2. Ведомости - ежедневная деловая газета
3. Вопросы региональной экономики. Издательство ГБОУ ВО МО «Технологический университет»
4. Журнал управления проектами и программами. Издательский дом «Гребенников»
5. Информационно-технологический вестник. Издательство ГБОУ ВО МО «Технологический университет»
6. Коммерсант. Ежедневная газета
7. Российский журнал управления проектами. Издательский дом «Инфра-М»

### 6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

- <http://diss.rsl.ru> – электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки.
- <http://elibrary.ru> – Научная электронная библиотека.
- <http://www.budgetrf.ru> — Мониторинг экономических показателей
- <http://www.cbr.ru> — Официальный сайт Центрального банка России (аналитические материалы)
- <http://www.rosstat.gov.ru> – Федеральная служба государственной статистики
- <http://www.gov.ru> - сервер органов государственной власти Российской Федерации.
- <http://www.gpntb.ru> - Государственная публичная научно-

техническая библиотека России.

- <http://www.rbc.ru> — РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера)
- <http://www.rsl.ru> - Российская государственная библиотека.

## **7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Перечень программного обеспечения: MS Office

### **Электронные библиотечные системы**

1. Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru/>
2. Лань - <http://e.lanbook.com/>
3. Знаниум - <https://znanium.com/>

### **Электронные ресурсы библиотеки МГОТУ**

<https://unitech-mo.ru/library/resources/>