

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Системы измерения и анализа данных в онлайн пространстве			
Направление подготовки/специальность	27.04.05 Инноватика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Цифровой маркетинг		
Специализация	Цифровой маркетинг		
Уровень образования	высшее образование – магистратура		
Курс	2	семестр	3
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	3		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции	8	
	Практические занятия	–	
	Лабораторные занятия	24	
	ВСЕГО	32	
Самостоятельная работа, ч			76
в т.ч. отдельные виды самостоятельной работы с выделенной промежуточной аттестацией (курсовой проект, курсовая работа)			курсовой проект
ИТОГО, ч			108

Вид промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН, дифф.зачет	Обеспечивающее подразделение	Школа инженерного предпринимательства
------------------------------	----------------------------	------------------------------	---------------------------------------

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 5.4 Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов обучения	
		Код	Наименование
ПК(У)-10	Способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи и разрабатывать программу исследования, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты	ПК(У)-10.В 1	Владеет опытом анализа информации и баз данных о маркетинговой среде для принятия маркетинговых и управленческих решений
		ПК(У)-10. У1	Умеет принимать маркетинговые и управленческие решения на основе полученных результатов и отчетов
		ПК(У)-10. 31	Знает инструменты анализа информации и баз данных о маркетинговой среде
ПК(У)-13	Способность осуществлять разработку и реализацию стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде на основе комплексного анализа рынка	ПК(У)-13. В1	Владеет опытом анализа рыночной ситуации и целевой аудитории
		ПК(У)-13. В2	Владеет опытом разработки стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде
		ПК(У)-13. У1	Умеет организовывать и проводить маркетинговые исследования для разработки стратегии продвижения
		ПК(У)-13. У2	Умеет разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией
		ПК(У)-13. 31	Знает методологию и методы проведения исследований рынка, в т.ч. в цифровом пространстве
		ПК(У)-13. 32	Знает методы и инструменты стратегического анализа и планирования

2. Планируемые результаты обучения по дисциплины (модулю)

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД1	Выбирать оптимальные инструменты и техплатформы цифрового маркетинга; разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по элементам комплекса маркетинга с применением основных подходов, методов и инструментов цифрового маркетинга; анализировать информацию и базы данных о маркетинговой среде для принятия маркетинговых и управленческих решений, создавать и отслеживать эффективность тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях и т.д.	ПК(У)-10
РД2	Способность анализировать рыночную ситуацию и целевой аудитории с использованием методов проведения исследований рынка, в т.ч. в цифровом пространстве.	ПК(У)-13
РД3	Способность разрабатывать стратегию продвижения проекта компании в цифровой среде с использованием методов и инструментов стратегического анализа и планирования, осуществлять цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией	ПК(У)-13

3. Структура и содержание дисциплины

Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
--------------------	-----------------------------------	---------------------------	-------------------

	дисциплине		
Раздел (модуль) 1. Информационно-измерительные системы данных	РД1	Лекции	2
		Практические занятия	–
		Лабораторные занятия	6
		Самостоятельная работа	18
Раздел (модуль) 2. Введение в «Анализ данных»	РД1	Лекции	2
		Практические занятия	–
		Лабораторные занятия	6
		Самостоятельная работа	18
Раздел (модуль) 3. Разновидности анализа данных	РД2	Лекции	2
		Практические занятия	–
		Лабораторные занятия	6
		Самостоятельная работа	20
Раздел (модуль) 4. Интеллектуальный анализ данных	РД3	Лекции	2
		Практические занятия	–
		Лабораторные занятия	6
		Самостоятельная работа	20

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1 Методическое обеспечение

Основная литература:

1. Вичугова, Анна Александровна. Инструментальные средства информационных систем : учебное пособие [Электронный ресурс] / А. А. Вичугова; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ). — 1 компьютерный файл (pdf; 5.9 MB). — Томск: Изд-во ТПУ, 2015. — Заглавие с титульного экрана. — Электронная версия печатной публикации. — Доступ из корпоративной сети ТПУ. — Схема доступа: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext2/m/2015/m300.pdf> (контент)
2. Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие / А. Г. Сковиков. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 260 с. — ISBN 978-5-8114-3703-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119637> (дата обращения: 27.07.2020).
3. Савельева, И.П. Оценка эффективности интернет-рекламы с помощью систем веб-аналитики / И.П. Савельева, Д.Н. Никулин // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. — 2014. — № 3. — С. 99-105. — ISSN 1997-0129. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/297055> (дата обращения: 27.07.2020).

Дополнительная литература

1. Гурин, К.Е. Структуры взаимодействия пользователей при обсуждении медиа-контента онлайн-сообществ сми / К.Е. Гурин // Вестник Удмуртского университета. Серия Философия. Психология. Педагогика. — 2016. — № 2. — С. 18-27. — ISSN 2412-9550. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/302214> (дата обращения: 27.07.2020).
2. Одесская, А.В. Технологии территориального маркетинга на примере томской области как инновационно-активного региона / А.В. Одесская // Juvenis scientia. — 2019. — № 2. — С. 7-11. — ISSN 2414-3782. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/310187> (дата обращения: 27.07.2020).

3. Модели и методы исследования информационных систем : монография / А. Д. Хомоненко, А. Г. Басыров, В. П. Бубнов [и др.] ; под редакцией А. Д. Хомоненко. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 204 с. — ISBN 978-5-8114-3675-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119640> (дата обращения: 27.07.2020).

4.2 Информационное и программное обеспечение

Информационно-справочные системы:

1. Справочно-правовая система КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru/>
2. Университетская информационная система Россия – <http://www.cir.ru>

Профессиональные Базы данных:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – <https://elibrary.ru>
2. Электронно-библиотечная система «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
3. Юрайт, Электронно-библиотечная система (ЭБС) – <https://www.biblio-online.ru>
4. НТБ ТПУ – <http://www.lib.tpu.ru>.

Лицензионное программное обеспечение (в соответствии с **Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ**):

1. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic; Microsoft Office 2013 Standard Russian Academic;
2. Document Foundation LibreOffice.
3. Cisco Webex Meetings\$
4. Zoom Zoom.

Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 27.04.05 Инноватика, специализация «Цифровой маркетинг» (приема 2019 г., очная форма обучения).