

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук
Кафедра интегрированных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой интегрированных
коммуникаций

Протокол от «25» ноября 2020 г. №3

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Б1.В.ДВ.01.22.07 Исследования в цифровой среде
(индекс, наименование дисциплины)

Minor "Маркетинговые коммуникации в цифровой среде»

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки)

Стратегическое управление компанией (Liberal Arts)
направленность (профиль)

бакалавр
(квалификация)

очная
(форма обучения)

Год набора - 2021

Москва, 2020 г.

Автор–составитель:

Заведующий кафедрой интегрированных коммуникаций, к.э.н. М.В. Захарова

Заведующий кафедрой интегрированных коммуникаций, к.э.н. М.В. Захарова

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	4
3. Содержание и структура дисциплины	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	6
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	16
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	19
6.1. Основная литература.	19
6.2. Дополнительная литература.	19
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.	19
6.4. Нормативные правовые документы.	19
6.5. Интернет-ресурсы.....	19
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	20

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.01.22.07 «Исследования в цифровой среде» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом индикатора:

Код компетенции	Наименование Компетенции	Код индикатора компетенции	Наименование индикатора компетенции
СК ОС LA-24	Способен анализировать данные в сети интернет для выбора оптимальных каналов коммуникации с потребителями в цифровой среде	СК ОС LA-24.1	Решает задачи, связанные с коммуникацией компании с потребителями в сети интернет, в сфере её маркетинговой деятельности, используя теоретические знания и практические навыки

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код индикатора компетенции	Результаты обучения
СК ОС LA-24.1	на уровне знаний: Методы проведения маркетингового исследования в цифровой среде Принципы стратегического и оперативного планирования
	на уровне умений: Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования в цифровой среде Под руководством планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов в цифровой среде Участвовать в систематизации и обобщении больших объемов первичной и вторичной маркетинговой информации
	на уровне навыков: Согласование и участие в реализации плана маркетинга организации в цифровой среде Участие в подготовке отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований в цифровой среде Участие в разработке системы маркетинговых коммуникаций организации в цифровой среде Участие в подготовке рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений в цифровой среде

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. 72 ак.ч./54 аст.ч, в том числе 28 ак.ч./21 аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 44 ак.ч./33 аст.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

Б1.В.ДВ.01.22.07 «Исследования в цифровой среде» входит в состав дисциплин minor по выбору вариативной части, изучается в 7 семестре вместе с дисциплиной Б1.В.ДВ.01.22.08 «Анализ поведения интернет-пользователей» и является основой для написания итоговой работы.

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем, час.						Форма текущего контроля успеваемос- ти*, промежудо- чной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	К СР		
Тема 1	Методология DATA MINING	12/9			4/3		8/6	Д, О
Тема 2	Основы анализа данных	14/10,5			6/4,5		8/6	ПЗ
Тема 3	Прогнозно-аналитические методы и визуализация данных	14/10,5			6/4,5		8/6	Т, ДО
Тема 4	Методы бизнес-аналитики	16/12			6/4,5		10/7,5	ПЗ
Тема 5	Построение и использование моделей	16/12			6/4,5		10/7,5	Д, О
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
Всего:		72/54			28/21		44/33	

Примечание: * практическое задание (ПЗ), опрос (О), тестирование (Т), диспут (Д), доклад (ДО).

Содержание дисциплины

Тема 1. Методология DATA MINING

Предмет и содержание курса, его связь с другими дисциплинами. Общее представление о задачах обработки Big Data, сравнение некоторых из них, а также представление некоторых методов, с помощью которых эти задачи решаются. Наиболее распространенные задачи Data Mining - классификация, кластеризация, ассоциация, прогнозирование и визуализация. Задачи подразделяются по типам производимой информации, это наиболее общая классификация задач Data Mining. Информационные системы в качестве бизнес-приложений аналитической деятельности.

Тема 2. Основы анализа данных

Теоретические основы управления данными, основные понятия теории управления данными, определение термина "знания", использование методологии DATA MINING в управлении данными, особенности составления плана проекта в DATA MINING, составляющие проектного плана, основные принципы планирования. Базовые понятия теории управления данными, основные принципы планирования в среде DATA MINING. Понятия, процессы и модели классификации: каскадная, поэтапная с промежуточным контролем, спиральная. Основные, вспомогательные и организационные процессы кластеризации при решении аналитических задач.

Тема 3. Прогнозно-аналитические методы и визуализация данных

Организация процесса прогнозирования. Методы, средства, используемые при типовом прогнозировании и визуализации данных. Примеры средств разработки. Подходы и методологии при прогнозировании. Системы моделей предприятия. CASE-средства прогнозирования. Ограничения и деревья прогнозирования; свойства ограничений; ввод данных. Способы введения дополнительной информации, использование настраиваемых полей и кодов структур. Дополнительная информация по созданию планов аналитической деятельности, соответствующих стандартам и потребностям конкретной организации. Алгоритмы прогнозно-аналитической деятельности. Фильтрация данных в среде DATA MINING.

Тема 4. Методы бизнес-аналитики

Типы данных. Типы задач. Свойства DATA MINING. Методы анализа и прогнозирования. Стоимость прогнозно-аналитической деятельности. Рассмотрение возможных методов DATA MINING. Изучение метода прогнозирования рисков в бизнес-аналитике. Инструментарий бизнес-аналитики Рынок доступности ресурсов DATA MINING. Способы устранения перегруженности ресурсов. Автоматизированные системы DATA MINING.

Тема 5. Построение и использование моделей

Стандартный метод PERT (Program, Evaluation and Review Technique-Планирование с использованием сетевого графика). Использование механизма формул с условием. Возможности программы анализа плана проекта и оптимизации сроков его выполнения. Анализ и оптимизация стоимости проекта. Обзор способов уменьшения или увеличения стоимости проекта DATA MINING

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.01.22.07 «Исследования в цифровой среде» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий семинарского типа: опрос, диспут, практические задания;
при контроле результатов самостоятельной работы студентов: доклад, тестирование.

4.1.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде зачёта с оценкой в форме устного ответа на два вопроса из предложенного списка, а также завершается презентацией и публичной защитой в формате, выбранном руководителем майнора (в зависимости от специфики майнора), в данном майноре – это курсовая работа (бизнес-планов).

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Глубокое усвоение материала обеспечивается сочетанием практических занятий и самостоятельной работы студентов с литературой, работой в групповых проектах.

Вопросы для самостоятельной подготовки по темам (для опросов).

Тема 1. Методология DATA MINING

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Классификация задач Data Mining по методам.
2. Классификация задач Data Mining по типам производимой информации.
3. Информационные системы в качестве бизнес-приложений аналитической деятельности.

Тема 2. Основы анализа данных

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Основные понятия теории управления данными,
2. Особенности составления плана проекта в DATA MINING,
3. Процессы кластеризации при решении аналитических задач.

Тема 3. Прогнозно-аналитические методы и визуализация данных

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Методы типового прогнозирования.
2. Методы и средства визуализации данных.
3. Системы моделей предприятия.
4. CASE-средства прогнозирования.

Тема 4. Методы бизнес-аналитики

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Примеры задач бизнес-аналитики.
2. Методы прогнозирования рисков в бизнес-аналитике.
3. Рынок доступности ресурсов DATA MINING.
4. Автоматизированные системы DATA MINING.

Тема 5. Построение и использование моделей

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Примеры использования моделей в DATA MINING
2. Планирование с использованием сетевого графика
3. Возможности программы анализа плана проекта и оптимизации сроков его выполнения.
4. Применения DATA MINING для уменьшения или увеличения стоимости проекта.

Примерная тематика диспутов

1. Определение управленческой проблемы и формулирование исследовательского вопроса для подготовки задания на исследование.
2. Построения карты проблем.
3. Типы маркетинговых исследований: качественные и количественные исследования.
4. Типы маркетинговых исследований: разведочное, описательное и казуальное.
5. Четыре подхода к наблюдению: прямое или не прямое, открытое или скрытое, структурированное или неструктурированное, осуществляемое с помощью человека или механических средств.
6. Трудности проведения наблюдений (субъективные и объективные).
7. Особенности глубинного интервью.
8. Особенности метода анализа протокола.
9. Лабораторные и полевые эксперименты.
10. Характеристики основных элементов макросреды.
11. Характеристики основных элементов маркетинговой микросреды предприятия.

12. Выбор и разработка целевого рынка: понятие целевого рынка, выбор позиционирования.

Примерные темы докладов

1. Методы управления проектом прогнозно-аналитической деятельности.
2. Основные функции CORBA (Common Object Request Broker Architecture) при обработке распределенных данных.
3. Назначение ObjectRequestBroker.
4. Назначение ObjectServicesCommon.
5. Прикладные и отраслевые интерфейсы Application и DomainInterfaces.
6. Компилятор CORBA IDL.
7. Механизм долговременного хранения состояния объекта данных.
8. Службы именования, управления жизненным циклом и событиями в модели.
9. Многоплатформенность и поддержка популярных языков программирования при анализе данных.
10. Применение SEO-оптимизации для повышения рейтинга сайта.
11. Применение методов Data Mining для анализа эффективности продаж отдела ONTrade .
12. Интеллектуальный анализ данных (Data Mining) в логистике.
13. Инструменты Oracle Data Mining для внедрения электронных карт.
14. Применение методов Big Data при планировании рекламной компании.

Защита практического задания по самостоятельно выбранной тематике.

Защита включает:

- формулировку и обоснование цели исследования;
- выявление и описание элементов системы;
- определение и обоснование взаимосвязи элементов;
- обоснование, что элементы образуют систему (эмерджентные свойства системы);
- осуществление воздействия на систему с целью изменения ее эмерджентных свойств.
- определение изменений эмерджентных свойств системы при воздействии на её элементы;
- Анализ оптимальности по критерию полезности.

Примеры тестовых заданий:

1. Проекты, формы и модули интернет-приложений сохраняются с расширениями:
 - 1) *.vba, *.fex, *.mex;
 - 2) *.vbp, *.frm, *.bas;
 - 3) *.exe, *.com, *.bat;
 - 4) *.htm, *.html.Верный ответ: 4.
2. Макросы и процедуры проекта в приложениях сохраняются в разделе проводника:
 - 1) Macros;

- 2) Project;
- 3) Module.

Верный ответ: 3.

3. Оператор Range задает:

- 1) Допустимый в процедуре формат данных;
- 2) Допустимый диапазон значений данных;
- 3) Обращение к конкретной ячейке или диапазону ячеек.

Верный ответ: 3.

4. Для того чтобы создать присоединенный элемент управления нужно:

- 1) Вызвать панель инструментов *Формы* для выбора элемента;
- 2) Вызвать панель инструментов *Visual Basic* для выбора элемента;
- 3) Вызвать панель инструментов *Элементы управления* для выбора элемента.

Верный ответ: 1.

5. Кнопку для макроса можно создать с помощью:

- 1) Команды *Сервис \ Настройка*, вкладка *Команды*;
- 2) Команды *Правка \ Специальная вставка*;
- 3) Команды *Формат \ Тема*.

Верный ответ: 1.

6. Каждый раз при записи макроса в проводник проекта добавляется:

- 1) Модуль NewMacrosN() в раздел Normal;
- 2) Модуль NewMacrosN() в раздел Project;
- 3) Процедура Sub <Имя_Макроса>N ()...End Sub в модуль NewMacros.

Верный ответ: 3.

7. Библиотека динамической компоновки это:

- 1) Файл с расширением *.sys, хранящий все пользовательские настройки;
- 2) Файл с расширением *.ini, инициализирующий все макросы, записанные пользователем;
- 3) Файл с расширением *.dll, содержащий функции, доступные для коррекции пользователем.

Верный ответ: 3.

8. Оператор Alias указывает:

- 1) наличие ошибки в функции из динамической библиотеки;
- 2) название (имя) функции, используемое внутри файла *.dll;
- 3) наличие вируса в макросе, использующем функцию из динамической библиотеки.

Верный ответ: 2.

4.3. Промежуточная аттестация

4.3.1. Перечень компетенций образовательной программы. Индикаторы и критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора компетенции	Наименование индикатора компетенций

СК ОС LA-24	Способен анализировать данные в сети интернет для выбора оптимальных каналов коммуникации с потребителями в цифровой среде	СК ОС LA-24.1	Решает задачи, связанные с коммуникацией компании с потребителями в сети интернет, в сфере её маркетинговой деятельности, используя теоретические знания и практические навыки
-------------	--	---------------	--

Индикатор оценивания	Критерии Оценивания
СК ОС LA-24.1 Решает задачи, связанные с коммуникацией компании с потребителями в сети интернет, в сфере её маркетинговой деятельности, используя теоретические знания и практические навыки	<p>Базовый уровень - знает основные инструменты маркетинговых коммуникаций в сети интернет и тенденции их развития</p> <p>Повышенный уровень – может анализировать информацию, полученную из самостоятельно подобранных интернет-источников, для выявления преимуществ и недостатков различных коммуникационных инструментов сети интернет, используемых компаниями в маркетинговой деятельности.</p>

4.2.3. Типовые оценочные средства

Зачёт с оценкой в форме устного ответа на два вопроса из предложенного списка.

Примерные вопросы зачёта с оценкой:

1. Системный анализ и системное мышление.
2. Программное управление. Синтез. Обратная связь.
3. Сложные системы.
4. Виды моделей.
5. Настройка моделей.
6. Виды систем.
7. Основные подходы в теории систем.
8. Применение подхода в задачах менеджмента.
9. Методы линейной свертки.
10. Обоснование выбора главного критерия.
11. Свертка с помощью контрольных показателей
12. Введение метрики в пространстве критериев
13. Парето-оптимальные решения.
14. Устойчивый и эффективный выбор.
15. Иерархическое представление проблемы.
16. Структуризация задачи в виде иерархии.
17. Парное сравнение альтернатив (метод парных сравнений).
18. Весовые коэффициенты элементов.
19. Иерархический синтез.
20. Когнитивные системы
21. Виды когнитивных систем и их применение в практических задачах.
22. Принципы прохождения импульса через системы.
23. Основные свойства систем.
24. Принципы отбора индикаторов системы.
25. Виды связей. Положительные и отрицательные обратные связи.
26. Прямые и косвенные связи.

27. Минимаксные критерии.
28. Обработка оценок мнений экспертов. Коэффициент конкордации. Ранговая корреляция.
29. Программное управление.
30. Упорядочение альтернатив.
31. Синтезирующее управление или управление в виде обратной связи
32. Линейная свертка критериев.
33. Использование контрольных показателей.
34. Метод анализа иерархий.
35. Иерархическое представление проблемы.
36. Структуризация задачи в виде иерархии.
37. Парное сравнение альтернатив (метод парных сравнений).
38. Многокритериальный выбор в иерархиях с различным числом альтернатив.

Шкала оценивания.

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Оценка (баллы)
Устный ответ на зачете с оценкой	<ol style="list-style-type: none"> 1. Полно раскрыто содержание материала билета: исчерпывающие и аргументированные ответы на вопросы в билете. 2. Материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, не требует дополнительных пояснений, точно используется терминология. 3. Демонстрируются глубокие знания дисциплин специальности. 4. Даны обоснованные ответы на дополнительные вопросы 	(31-40)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ответы на поставленные вопросы в билете излагаются систематизировано и последовательно. 2. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер, в изложении допущены небольшие пробелы (неточности), не искажившие содержание ответа. 3. Материал излагается уверенно, в основном правильно даны все определения и понятия. 4. При ответе на дополнительные вопросы комиссии полные ответы даны только при помощи наводящих вопросов. 	(21-30)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса. 2. Имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после наводящих вопросов. 3. Демонстрируются поверхностные знания дисциплин специальности; имеются затруднения с выводами. 4. При ответе на дополнительные вопросы комиссии ответы даются только при помощи наводящих вопросов. 	(11-20)

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Оценка (баллы)
	1. Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине, не раскрыто его основное содержание. 2. Допущены грубые ошибки в определениях и понятиях, при использовании терминологии, которые не исправлены после наводящих вопросов. 3. Демонстрирует незнание и непонимание существа экзаменационных вопросов. 4. Не даны ответы на дополнительные или наводящие вопросы комиссии.	(0-10)

В течение семестра	Промежуточная аттестация	ИТОГО
0-60 баллов	Max 0-40 баллов	Max 100 баллов

В течение семестра обучающие выполняют практические задания, участвуют в опросах и диспутах. Общая сумма баллов за работу в семестре 60.

Промежуточная аттестация проходит в виде устного зачёта, за который можно набрать 40 баллов.

Итоговая работа специальной части образовательной программы (майнора) является завершающим форматом, который собирает в себе компетентностные смыслы всех дисциплин майнора.

Индикаторы и критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора компетенции	Наименование индикатора компетенций
-----------------	--------------------------	----------------------------	-------------------------------------

СК ОС LA-24	Способен анализировать данные в сети интернет для выбора оптимальных каналов коммуникации с потребителями в цифровой среде	СК ОС LA-24.2	Представляет план маркетинговой кампании в цифровой среде, где определены оптимальные инструменты коммуникаций с потребителем на основе самостоятельно осуществлённого сбора необходимой информации в сети интернет и её анализа, а также с учётом современных трендов медиа коммуникаций в цифровой среде
-------------	--	---------------	--

Индикатор оценивания	Критерии Оценивания
СК ОС LA-24.2 Решает задачи, связанные с коммуникацией компании с потребителями в сети интернет, в сфере её маркетинговой деятельности, используя теоретические знания и практические навыки	<p>Базовый уровень - знает основные принципы и подходы к разработке и реализации плана маркетинговой кампании в цифровой среде.</p> <p>Повышенный уровень - может самостоятельно определить и описать маркетинговые составляющие компании в сети интернет и выявить оптимальные инструменты коммуникаций с потребителями для разработки плана маркетинговой кампании в цифровой среде, который будет учитывать современные тренды развития медиа коммуникаций, самостоятельно осуществив сбор необходимой информации и её анализ.</p>

Темы курсовых работ (бизнес-планов) выбираются студентами самостоятельно на этапе формирования рабочей группы и утверждаются преподавателем – научным руководителем.

Шкала итоговых баллов за курс

<i>Сумма баллов за дисциплину</i>	<i>Зачет</i>	<i>Зачет с оценкой</i>	<i>Экзамен</i>
0 – 40	Не зачтено	Не зачтено (неудовлетворительно)	Неудовлетворительно
41 – 60	Зачтено	Зачтено (удовлетворительно)	Удовлетворительно
61 – 80	Зачтено	Зачтено (хорошо)	Хорошо
81- 100	Зачтено	Зачтено (отлично)	Отлично

В рамках данной дисциплины студенты защищают курсовой проект.

Курсовой проект заключается в разработке программы маркетинговых коммуникаций в цифровой среде для выбранной компании.

Проект состоит из двух частей: теоретической и практической. В теоретической части представлен обзор современных трендов цифровой среды. Практическая часть заключается в сборе и анализе данных с применением различных исследовательских и

аналитических инструментов, и разработке на основе полученных данных маркетинговой коммуникационной программы.

Практическая часть должна содержать следующие разделы:

- описание компании и её текущей деятельности или планируемой, если это новый проект;
- конкурентный анализ;
- сбор аналитических данных и их анализ с применением различных инструментов (Яндекс.Метрика, Google Analytics, исследования, опросы, интервью, наблюдения и др.);
- маркетинговая коммуникационная программа;
- ожидаемые результаты.

Оценка курсового проекта.

№ п/п	Критерий	Содержание критерия	Баллы
1	Концепция курсового проекта	Актуальность выбора темы; формулировка проблемы и цели; выбор стратегии исследования; логика построения работы.	0-10
2	Качество проведённого студентом исследования	Соответствие работы выбранной теме и заявленной цели исследования; глубина погружения в тему (многообразие источников, оригинальность подходов к поиску практического материала); самостоятельность, оригинальность и обоснованность алгоритма анализа практического материала; аргументированность и объективность сделанных выводов.	0-30
3	Языковое оформление работы	Научный стиль изложения материала, соблюдение норм русского языка, свободное владение терминологией, соответствующей теме области научного и практического знания. Структурные части работы имеют заголовки, релевантные содержанию.	0-10
4	Объем оригинального текста	65 -75	0
		75-85	5
		85-100	10
5	Соблюдение технических требований оформлению курсовой работы по	В работе обнаружено более 5 значительных нарушений в оформлении	0
		В работе обнаружено 1-5 значительных нарушений или более 5 незначительных, но систематических нарушений в оформлении	5
		Все структурные элементы работы оформлены согласно требованиям.	10
6	Презентация работы - полнота и оформление	Студент программы «Реклама и связи с общественностью» должен продемонстрировать умение представлять результаты своей	0-20

	презентации; - устное выступление; - ответы на вопросы.	деятельности, наглядно представив информацию. Важен отбор обязательных сведений, ёмкость, лаконичность, системность, аргументированность использования иллюстративного материала. Устное выступление должно быть свободным (не чтение с листа), соответствующим требованиям литературного русского языка; выступление должно быть эффективным с точки зрения использования риторических приёмов. Отвечая на вопросы, студент должен продемонстрировать знание темы, свободно ориентироваться в теоретических и практических примерах, аргументировать свою точку зрения, уметь при необходимости привести иллюстрации к своим ответам.	
7	Соблюдение сроков	Все части работы были сданы в установленные сроки, согласно утверждённому кафедрой плану-графику, отчет научного руководителя положительный	0-10
		ИТОГО	100

Успешность выполнения и защиты КП определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».

Итоговая оценка выставляется в соответствии со следующей градацией:

5 «Отлично»: КП соответствует показателям и критериям оценивания – 81 – 100 баллов;

4 «Хорошо»: КП соответствует показателям и критериям оценивания – 61 – 80 баллов;

3 «Удовлетворительно»: КП соответствует показателям и критериям оценивания – 41 – 60 баллов;

2 «Неудовлетворительно»: КП соответствует показателям и критериям оценивания – ≤ 40 баллов.

Итоговые оценки члены комиссии объявляют студентам после защиты всех работ.

4.4. Методические материалы

В процессе преподавания данной дисциплины используются как классические методы обучения (семинары), так и различные виды самостоятельной работы студентов по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств студентов и на поощрение их интеллектуальных инициатив.

В рамках данного курса используются такие активные формы обучения, как: подготовка докладов.

В процессе преподавания выполняется общеобразовательная задача: совершенствуется навык применения критического анализа при работе с информацией, расширяется культурный и профессиональный кругозор студентов. Одновременно выполняется и воспитательная задача – формирование активной жизненной позиции студентов, воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов. Студенты приобретают навыки и умения не только самостоятельной, но и совместной работы в группах, что способствует формированию умения общения друг с другом в коллективе, быть полноправным членом рабочей группы общества.

Данная программа строится с учётом ряда педагогических и методических принципов.

Принцип культурной и педагогической целесообразности основывается на отборе тематики курса.

Принцип автономии студентов реализуется открытостью информации для студентов о структуре курса, требованиях к выполнению заданий, содержание контроля и критериях оценивания разных видов устной и письменной работы. Организация аудиторной и самостоятельной работы обеспечивает определённый уровень личной ответственности студента за результаты.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.22.07 «Исследование в цифровой среде» изучается на протяжении одного семестра и завершается зачётом с оценкой. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки в соответствии с этапами формирования компетенций.

Организация деятельности студента по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические занятия	На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.

Доклад	<p>Тема доклада (реферата) выбирается студентом по согласованию с преподавателем. Важно при этом учитывать ее актуальность, научную разработанность, возможность нахождения необходимых источников для изучения темы реферата (доклада), имеющиеся у студента начальные знания и личный интерес к выбору данной темы.</p> <p>После выбора темы реферата (доклада) составляется перечень источников (монографий, научных статей, справочной литературы, содержащей комментарии, результаты исследований и т.п.).</p> <p>Реферат (доклад) - это самостоятельная учебно-исследовательская работа студента, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.</p> <p>Примерные этапы работы над рефератом (докладом):</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулирование темы; - подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 10); - составление библиографии; - обработка и систематизация информации; - разработка плана; - написание реферата (доклада); - публичное выступление с результатами исследования.
Тест	<p>Тест - это система стандартизированных вопросов (заданий) позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающихся. Возможно проведение промежуточных тестов во время практических занятий, а также тест может использоваться как способ проведения экзамена (зачета).</p>
Групповая дискуссия, диспут	<p>Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на наиболее значимых аспектах.</p> <p>Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы.</p> <p>Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.</p>

Курсовой проект	Пишется студентами в качестве итоговой работы по освоению майнора «Маркетинговые коммуникации в цифровой среде». Данный вид работ позволяет оценить степень усвоения студентами всего майнора в целом.
-----------------	--

Подготовка индивидуальных докладов и выполнение презентаций по темам курса

Критерии оценивания доклада и презентации:

Доклад – один из видов монологической речи, публичное развёрнутое официальное сообщение по определённому вопросу, основанное на привлечении документальных данных. Может быть устным или письменным. **В учебных целях:** доклад – вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Этапы работы над докладом. Подбор и изучение основных источников по теме (как и при написании реферата рекомендуется использовать не менее 8 - 10 источников). Составление библиографии. Обработка и систематизация материала. Подготовка выводов и обобщений. Разработка плана доклада. Написание. Публичное выступление с результатами исследования. В докладе соединяются три качества исследователя: умение провести исследование, умение преподнести результаты слушателям и квалифицированно ответить на вопросы.

Отличительными чертами доклада является научный, академический стиль изложения, логичность, последовательность, ясность, точность, аргументированность.

Доклад предполагает чёткое определение темы, связанной с научной проблемой. Преподаватель оценивает, насколько подготовленное студентом выступление отвечает заявленной им теме. Текст доклада должен иметь стройную композицию, должен быть хорошо структурирован, для чего студент должен уметь строить выступление по заранее определённому плану. Оценивается свободное владение текстом, умение строить устное высказывание, а не зачитывать текст по листу. Допускается только чтение цитат из научных источников или примеров. Студент должен выделить в своём выступлении основные положения, которые надо сформулировать в виде тезисов и продиктовать коллегам. Отдельно оценивается не только содержание доклада, но и форма его подачи: умение устанавливать контакт с аудиторией, умение улавливать реакцию слушателей, получать обратную связь, отвечать на возникающие вопросы. Доклад предполагает жёсткий хронометраж (по предварительной договорённости с преподавателем - до 10 минут). Необходимо обязательно уложиться в установленное время, успев сделать вывод (заключение). Материал может требовать дополнительных иллюстраций: схем, таблиц, небольших рисунков, которые можно разместить в презентации.

Презентация позволяет иллюстрировать основные положения доклада и делать приведённые в выступлении примеры наглядными. Она не должна полностью воспроизводить текст выступления. По правилам, информация, приведённая устно, не должна полностью копироваться на слайдах.

Выделяют множество разнообразных видов презентаций. Основными являются: конспект выступления; таблица; схемы и графики; тестирование; слайд-шоу; модульный доклад; и т.п.

Иллюстративный материал должен быть достаточным, но не чрезмерным, и не иметь развлекательный, игровой характер. Анимированный рисунок в качестве украшения отвлекает внимание

Практические рекомендации при подготовке презентации:

1. Используйте не более двух типов шрифтов.
2. Оптимальное количество строк не более семи.
3. Количество символов в строке не более сорока (в том числе пробелы).
4. Использование заглавных и строчных букв облегчает чтение и распознавание

слов. Использование цвета, больших букв, усиление жирности, курсивный шрифт помогают выделить главное.

5. Лучше читается шрифт без засечек (например, Arial). Оптимальные шрифты (заголовки – 24-32; подзаголовки – 2-24; основной текст – 18-24; подписи данных – 20-2)

6. Старайтесь использовать простые, короткие предложения: чем лаконичнее текст, тем выше концентрация внимания на ключевых словах).

Презентация не должна требовать подключения к Internet и выполнять сторонние приложения (например, анимационные ролики, которые требуют установки кодеков и др.).

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1. Воронов, В. И. Data Mining - технологии обработки больших данных: учебное пособие / В. И. Воронов, Л. И. Воронова, В. А. Усачев. — Москва: Московский технический университет связи и информатики, 2018. — 47 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81324.html>

6.2. Дополнительная литература.

1. Адлер, Ю. П. Статистическое управление процессами. «Большие данные»: учебное пособие / Ю. П. Адлер, Е. А. Черных. — Москва: Издательский Дом МИСиС, 2016. — 52 с. — ISBN 978-5-87623-969-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/64199.html>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211). http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf

6.4. Нормативные правовые документы.

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.05.2015)

2. Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. (с последующими изменениями).

6.5. Интернет-ресурсы.

Специализированные источники:

1. www.comcon-2.com (Сайт компании Synovate Comcon, которая является частью международной исследовательской сети Ipsos, входящей в тройку лидеров на мировом рынке. Компания Synovate Comcon специализируется на изучении предпочтений и мотиваций потребителей, на построении сегментаций и поиске новых рыночных возможностей, на тестировании рекламных идей, концепций брендов, продуктов и упаковок, а также на медиаисследованиях).

2. <http://subscribe.ru/catalog/business.school.marketing1> (Информационный канал, посвященный маркетингу, бизнесу в сетях).

3. <http://www.intuit.ru> (Сайт национального открытого университета ИНТУИТ).
4. <http://www.onmanager.ru> (Сайт посвящён проблем менеджмента. на сайте размещены информация для управленцев, доступно общение и осуждение статей. На сайте размещены обзоры тендеров, и обзоры рынка рабочего труда собранных с различных каналов и компаний, занимающихся рекрутингом).
5. <http://www.kdnuggets.com/> - современные технологии использования Data Mining в прикладных областях, особенности применения инструментария технологии.
6. <http://www.knowldiscovery.com/> - периодические издания по Data Mining // Data Mining and Knowledge Discovery.

Общие источники:

1. www.marketing.spb.ru – Энциклопедия маркетинга. Один из наиболее популярных сайтов, посвященных маркетингу. Содержит информацию как теоретического (публикации по маркетингу, библиография), так и практического (перечень маркетинговых фирм, отчеты по исследованиям) характера.
2. <http://www.4p.ru> – «4p.ru – е-журнал по маркетингу» – Сайт полностью посвящен маркетингу; содержит интересные теоретические материалы по различным аспектам маркетинга, а также раздел, посвященный результатам маркетинговых исследований. Кроме того, на сайте есть книжный магазин деловой литературы, каталог ссылок на ресурсы сети.
3. <http://www.e-xecutive.ru> - сообщество эффективных менеджеров
4. <http://www.sostav.ru> - ведущее российское отраслевое СМИ в области рекламы, маркетинга и PR. Успешно развивается с 1998 года, обладает множеством профессиональных наград, в том числе «Брэнд года». Ежедневно предоставляет своим читателям самую актуальную информацию о положении в рекламной отрасли, медиа и потребительском рынке.
5. <http://www.advertology.ru/> - наука о рекламе: электронный ресурс

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий:

Для проведения практических занятий по дисциплине необходимо наличие ноутбука (компьютера) с установленным пакетом Microsoft® и мультимедийного проектора.

Требования к программному обеспечению общего пользования:

Специализированное оборудование и специализированное программное обеспечение при изучении дисциплины не используется.