

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.ДВ.04.01 «Монетизация компьютерных игр»

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

**Автор-составитель:** Профессор кафедры Системного анализа и информатики, д. т. н. , профессор Ромашкова О. Н.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 09.04.03 Прикладная информатика, профиль «Разработка компьютерных игр (Гейм - дизайн)»

**Квалификация выпускника:** магистр

**Форма обучения:** очная дистанционная

### Цели и задачи дисциплины

Дисциплина относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений в Б1.В.ДВ.01 и является дисциплиной по выбору модуля Б1.В.ДВ.4.

Целями освоения дисциплины «Монетизация компьютерных игр» являются:

- формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления анализа, бизнес - планирования и продвижения Интернет-проектов;
- развитие интереса к Интернет-маркетингу как всеобъемлющей дисциплине, охватывающей все этапы жизни любого Интернет-проекта;
- формирование знаний и умений пользования современного инструментария планирования, контроля и развития Интернет-проектов.

Изучаемая дисциплина готовит обучающегося к выполнению обобщенной трудовой функции: выполнение работ и управление работами по созданию (модификации) и сопровождению ИС, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы (профессиональный стандарт 06.015 Специалист по информационным системам (Приказ Минтруда России 18.11.2014 г. № 896н, зарегистрирован в Минюст России 24 декабря 2014 г. N 35361).

Дисциплина «Гейм-дизайн: баланс» предназначена для освоения навыков стратегии проектирования и использования ИКТ для создания ИС в прикладной области, организации и управления информационными процессами организации, исследования прикладных и информационных процессов.

В процессе обучения по дисциплине у обучающихся формируются следующие компетенции: ОПК-6; ОПК-8; ПК-1.

### План курса

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (элемента модуля)	Содержание раздела
1	<b>Интернет-маркетинг как часть маркетинга. Основные элементы и особенности. Продукт. Поиск и занятие свободных ниш.</b>	Цели и задачи курса. Методы контроля. Определение Интернет-Маркетинга. Продукт, цена, площадка, продвижение. Методологические источники Интернет-Маркетинга (экономика, общая теория маркетинга, партизанский маркетинг) и смежные дисциплины (теория коммуникаций, информационный консалтинг, конкурентная разведка и пр).
2	<b>Продукт. Позиционирование. Дизайн. Usability. Бизнес-планирование.</b>	Отличия видов позиционирования. Четкое и нечеткое позиционирование: примеры. Дифференциация по видам деятельности. Различия в коммуникациях и продвижении. Виды и модели работы электронных площадок.
3	<b>Ценообразование продукта..</b>	Ценообразование. Первая доза бесплатно. Ценообразование товаров для интернет-магазинов. Политика ценообразования с низкой маржой. Конкуренция на торговых площадках. Добавленная стоимость как ключ к высокой маржинальности бизнеса и захвату большей доли рынка. Скидки и пакеты как инструмент для увеличения продаж.
4	<b>Способы продвижения и критерии оценки эффективности.</b>	Ценовые модели размещения рекламы (СРМ, СРАи т.д.). Конверсия и ROI ин-тернет-рекламы. Пост-клик маркетинг. Методы оптимизации конверсии. Сплит-тесты (А/Б тестирование). Механизмы отслеживания эффективности рекламы. Медийная реклама. Рынок интернет-рекламы: объемы и сегментация. Применимость различных методов рекламы. Баннеры (виды, типы размещений, технологии).
5	<b>Мониторинг Интернет-проектов.</b>	Выбор инструментов статистики. Системы статистики (Li.ru, Яндекс.Метрика, Google.Analytics). Отчеты TNS, Гэллоп Медиа по аудитории. Подборки новостей (на базе Google.Reader, Яндекс.Лента).

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование раздела дисциплины (элемента модуля)</b>	<b>Содержание раздела</b>
6	<b>Работа с Интернет-аудиторией.</b>	Определение целевой аудитории. Удержание и наращивание аудитории. Якорные сервисы. Работа с контентом. Внутренние коммуникации. Поучаем, развлекаем. Работа с репутацией. Работа с отрицательными отзывами. Работа с влюбленными в товар.
7	<b>Электронные платежные Системы.</b>	История и предпосылки появления платежных систем. Объем рынка интернет-платежей. Закон "О национальной платежной системе". Преимущества и недостатки. Безопасность электронных транзакций.
8	<b>Монетизация Интернет-проектов.</b>	Способы монетизации интернет-проектов. Модель freemium. Рекламная модель. Модель прямой монетизации. Модель PAYG. Подписные модели. Монетизация в социальных сетях. Платный PR, спонсорство и другие способы. Отраслевые тренды в монетизации проектов
9	<b>Финансирование интернет-проектов.</b>	Стоимость выхода на рынок сильно возросла. Где взять деньги? Краудфандинг -модное течение или реальный механизм? Финансовая инфраструктура (венчурные фонды, бизнес-ангелы), инновационные, образовательные и научно-технические центры. Правило 10 к 1 -статистика успешных стартапов. Стадии финансирования проекта. IPO

**Формы текущего контроля промежуточной аттестации:** Зачет с оценкой (3 семестр)

### **Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения**

#### **«Монетизация компьютерных игр»**

<b>Категория (группа) Общепрофессиональных компетенций</b>	<b>Код и наименование общепрофессиональной компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции</b>
	ОПК-6. Способен исследовать современные проблемы и методы прикладной	ОПК-6.1. Знать содержание, объекты и субъекты информационного общества, критерии эффективности его функционирования; структуру интеллектуального капитала,

	информатики и развития информационного общества	<p>проблемы инвестиций в экономику информатизации и методы оценки эффективности; правовые, экономические, социальные и психологические аспекты информатизации; теоретические проблемы прикладной информатики, в том числе семантической обработки информации, развитие представлений об оценке качества информации в информационных системах; современные методы, средства, стандарты информатики для решения прикладных задач различных классов; правовые, экономические, социальные и психологические аспекты информатизации деятельности организационно-экономических систем; ОПК-6.2.</p> <p>Уметь проводить анализ современных методов и средств информатики для решения прикладных задач различных классов;</p>
	ОПК-8. Способен осуществлять эффективное управление разработкой программных средств и проектов	<p>ОПК-8.1.</p> <p>Знать архитектуру информационных систем предприятий и организаций; методологии и технологии реинжиниринга, проектирования и аудита прикладных информационных систем различных классов; инструментальные средства поддержки технологии проектирования и аудита информационных систем и сервисов; методы оценки экономической эффективности и качества, управления надежностью и информационной безопасностью; особенности процессного подхода к управлению прикладными ИС; современные ИКТ в процессном управлении; системы управления качеством; концептуальное моделирование процессов управления знаниями; архитектуру систем управления знаниями; онтологии знаний; подсистемы сбора, фильтрации, накопления, доступа, генерации и распространения знаний; ОПК-8.2.</p> <p>Уметь выбирать методологию и технологию проектирования информационных систем; обосновывать архитектуру ИС; управлять проектами ИС на всех стадиях жизненного цикла, оценивать эффективность и качество проекта; применять современные методы управления проектами и сервисами ИС; использовать инновационные подходы к проектированию ИС; принимать решения по информатизации предприятий в условиях неопределенности; проводить реинжиниринг прикладных и информационных процессов; обосновывать архитектуру системы управления</p>

		знаниями;
	<p>ПК-1 Способность применять современные методы и инструментальные средства прикладной информатики для автоматизации и информатизации решения прикладных задач различных классов и создания ИС</p>	<p>ПК-1.1. Знает современные методы и инструментальные средства прикладной информатики для автоматизации и информатизации решения прикладных задач различных классов и создания ИС</p> <p>ПК-1.2 Умеет применять современные методы и инструментальные средства прикладной информатики для автоматизации и информатизации решения прикладных задач различных классов и создания ИС</p> <p>ПК-13 Владеет навыками применения современных методов и инструментальных средств прикладной информатики для автоматизации и информатизации решения прикладных задач различных классов, анализа результатов выполнения ИТ-проектов и выполнения управленческих действий по результатам анализа</p>

#### Объем дисциплины «Гейм-дизайн: баланс»

Вид учебной работы		Количество часов				
		Всего по уч. плану	Семестр			
			1	2	3	4
аудиторные занятия (всего):		16/12			16/12	
в том числе	лекционные занятия	-			-	
	практическая подготовка	16/12			16/12	
самостоятельная работа:		56/42			56/42	
общая	часы:	72/54			72/54	
трудоемкость	зачетные	2			2	
дисциплины:	единицы:					
Формы итогового контроля		3а			3а	

## **Перечень рекомендуемой учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Основная литература**

1. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции = Учебник для вузов. — М.: Горячая линия (издательство). Телеком, 2018.—С.480.
2. Авинаш Кошик Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики= Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity. — М.:«Диалектика», 2019.—С.528.
3. Ашманов И. С., Иванов А. А. Продвижение сайта в поисковых системах. — М.: «Вильямс», 2017.—304с.10.3.

### **Дополнительная литература**

1. Айвазян С. А. Байесовский подход в эконометрическом анализе // Прикладная эконометрика. 2018. No1(9). с. 93–130.
3. Ашманов И. С., Иванов А. А. Продвижение сайта в поисковых системах. —М.: «Вильямс», 2020.—С.304.—ISBN 978-5-8459-1155-1
4. Алексунин В. А., Родигина В. В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: Учебное пособие. –3-е изд. –М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018.
- 5.Байков Владимир Дмитриевич. Интернет: поиск информации и продвижение сайтов. — Санкт-Петербург: «БХВ-Санкт-Петербург», 2020.—С.288.—ISBN 5-8206-0095-9
6. Брайан Х., Дхармеш Шах. Маркетинг в Интернете: как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов= Inbound Marketing: Get Found Using Google, Social Media, and Blogs (The New Rules of Social Media). —М.: «Диалектика», 2020.—С.256.—ISBN 978-5-8459-1664-86.3.