

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра маркетинга и рекламы

НАУЧНЫЙ СЕМИНАР ПО РАЗВИТИЮ ПРИКЛАДНОЙ АНАЛИТИКИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки: 38.04.02. «Менеджмент»

Направленности: «Цифровой маркетинг»

Уровень квалификации выпускника: магистратура

Форма обучения очная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2019

Научный семинар по развитию прикладной аналитики

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

д.э.н., проф. кафедры маркетинга и рекламы Шитова Ю.Ю.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры маркетинга и рекламы

№11 от 19.06.2019

Оглавление

| | |
|--|----|
| 1. Пояснительная записка | 4 |
| 1.1. Цель и задачи дисциплины. | 4 |
| 1.1. Цели и задачи научного семинара | 4 |
| 1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы..... | 6 |
| 2. Структура дисциплины | 7 |
| 2.1 Структура дисциплины (<i>модуля</i>) для очной формы обучения | 7 |
| 3.Содержание дисциплины..... | 8 |
| 4. Образовательные технологии | 9 |
| 5. Оценка планируемых результатов обучения | 10 |
| 5.1. Система оценивания..... | 10 |
| 5.2.Критерии выставления оценки по дисциплине | 11 |
| 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине | 13 |
| 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины | 15 |
| Список источников и литературы | 15 |
| 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». | 17 |
| 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины | 20 |
| 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов | 21 |
| 9. Методические материалы | 23 |
| 9.1. Планы семинарских/ практических занятий | 23 |
| АННОТАЦИЯ | 31 |

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины.

1.1. Цели и задачи научного семинара

Цель Научного семинара по развитию прикладной аналитики - формирование способности и готовности магистров к выполнению профессиональных функций в различных секторах экономики с помощью прикладных компьютерных программ.

Задачи научного семинара по развитию прикладной аналитики:

- приобретение опыта исследования актуальной прикладной научной проблемы;
- формирование навыка полемики в научной среде (через участие в конференциях и публикации в рецензируемых научных изданиях);
- подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы (ВКР);
- формирование умения определять цель, задачи и составлять план исследования;
- формирование знаний и умений по овладению методами и методиками научного познания, исходя из задач конкретного исследования;
- подбор необходимых материалов для выполнения практической части магистерской диссертации с привлечением современных информационных технологий;
- формирование умения обрабатывать полученные результаты исследования в прикладных информационных и аналитических программах, анализировать и интерпретировать результаты;
- представление итогов выполненной работы в виде отчетов, статей и т.п.;
- внедрение учащихся в жизнь профессионального научного сообщества так, чтобы они смогли детально овладеть спецификой профессионального и научного дискурса.

1.2. Вид (тип) научного семинара по развитию прикладной аналитики.

Вид: научно-исследовательская работа.

Научно-исследовательская работа ФТД.В.02 (далее практический НИС) является факультативом по выбору основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Цифровой маркетинг» (Блок ФТД. Факультативы. Вариативная часть).

Научный семинар по развитию прикладной аналитики представляет собой определённый вид (форму) самостоятельной учебной деятельности, являясь одним из элементов учебного процесса подготовки магистров. Она способствует закреплению и углублению теоретических знаний студентов магистратуры, полученных при обучении, умению ставить задачи, анализировать полученные результаты и делать выводы, приобретению и развитию навыков самостоятельной научно-исследовательской работы.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать результаты образования, представленные в таблице.

| Коды компетенции | Содержание компетенций | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|--|---|
| ОК-2 | готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; | Знать: основы разработки и реализации корпоративной стратегии и ценовой политики фирмы; Уметь: действовать в нестандартных ситуациях, связанных с изменением конъюнктуры рынка; нести социальную и этическую ответственность за принимаемые решения; Владеть: навыками действий в нестандартных ситуациях. |
| ОПК-1 | готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности | Знать: лексическую базу и терминологию в сфере управления инновационным бизнесом на русском и иностранном языке Уметь: воспринимать, анализировать и обобщать информацию на русском и на иностранном языке, логически верно строить свою речь на иностранном языке, оформлять извлеченную из специализированных источников на иностранном языке информацию и предоставлять ее в профессиональных кругах Владеть: навыками устной и письменной |

| | | |
|-------|--|---|
| | | <p>профессиональной коммуникации на русском и иностранном языке, иностранным языком в объеме, необходимом для возможности получения информации из зарубежных источников по проблематике управления инновационным бизнесом</p> |
| ОПК-2 | <p>готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия</p> | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические и методологические основы анализа данных; - основные модели управления коллективом в профессиональной деятельности; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать эффективность того или иного метода для конкретных условий деятельности, учитывая социальную и этическую значимость принимаемых решений; - использовать экспериментальные и теоретические методы исследования в профессиональной деятельности; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современными методами и инструментами анализа данных в практической деятельности российских предприятий; |
| ПК-1 | <p>Способность управлять организацией, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями</p> | <p>Знать: особенности управления организацией, процессами, денежными потоками на корпоративном уровне;</p> <p>Уметь: диагностировать состояние корпоративных финансов и проектировать эффективные управленческие решения в сфере управления инновационным бизнесом; принимать управленческие решения.</p> <p>Владеть: подходами и инструментами рационального использования финансовых ресурсов в корпоративных структурах.</p> |

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Научный семинар по развитию прикладной аналитики» является факультативом по выбору вариативной части дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры) (Направленность: "Цифровой маркетинг"). Дисциплина реализуется на факультете управления Института управления экономики и права РГГУ кафедрой маркетинга и рекламы.

2. Структура дисциплины

2.1 Структура дисциплины (модуля) для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 20 ч. (семинаров 20 ч.), самостоятельная работа обучающихся 52 ч.

ФТД.В.02- Факультативы. Вариативная часть.

| № п/п | Раздел дисциплины/темы | Семестр | Виды учебной работы (в часах) | | | | | | Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам) |
|----------|--|---------|----------------------------------|---------|--------------|--------------|-------------------------------|-----------------------------|---|
| | | | контактная | | | | | Самостоятель- ная работа | |
| | | | Лекции | Семинар | Практические | Лабораторные | Промежуточ- ная аттестация | | |
| 1. | Основные аналитические возможности поисковых систем. | 3 | | 3 | | | | 10 | Обсуждение Практическое задание |
| 2. | Создание и поддержка сайтов Google. | 3 | | 4 | | | | 10 | Обсуждение |
| 3. | Проектная работа на основе сайтов Google | 3 | | 3 | | | | 10 | Обсуждение практическое задание |
| 4. | Технология анализа текста на основе сайтов | 3 | | 3 | | | | 10 | Обсуждение Доклады |

| | | | | | | | | | |
|----|--|---|--|----|--|--|--|----|----------------------|
| | Google. | | | | | | | | |
| 5. | Научное исследование на основе сайтов Google | 3 | | 7 | | | | 12 | Практическое задание |
| | | | | | | | | | |
| | Итого | | | 20 | | | | 52 | зачет |

3.Содержание дисциплины

| №№ | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела |
|----|---|--|
| 1 | Основные аналитические возможности поисковых систем | Изучение основных принципов работы с сервисом Google. Проведение SEO-анализа текста. Составление статистики текста, выделение семантического ядра. |
| 2 | Создание и поддержка сайтов Google. | Основные методы работы с сервисом. Основной функционал. Методы, правила и процедуры в Google. Рассмотрение основных параметров поиска. Правила пользования ресурсом. Использование ресурса для анализа поисковых запросов. Использование сопутствующих сервисов: Google Docs, Gmail, Google Talk, Google Calendar, Google Video |
| 3 | Проектная работа на основе сайтов Google | Понятия проекта. Создание проектного сайта Google. Мониторинг реализации проекта. Интеграция итоговых и промежуточных результатов работы. Совместная интерактивная работа. Анализ и оценка проектной работы. Управление проектом на основе Google Sites. |
| 4 | Технология анализа текста на основе сайтов Google. | Изучение основных принципов анализа текста: «Полисемия», расчет среднего коэффициента выжимки, построение онтологической модели текста. Установка соответствия содержания текста логической модели текста. |

| | | |
|----|--|--|
| 5. | Научное исследование на основе сайтов Google | Планирование и организация научного исследования. Отражение научно-исследовательского проекта на сайте Google. Проведение социологических исследований на основе Google Sites (анкетирование, опрос, интервью, фокус-группа, контент-анализ и пр.). Интерактивное тестирование на основе Google Sites. Устные ответы в формате Google Talk. |
| | | |

4. Образовательные технологии

В образовательном процессе используются как традиционные формы занятий (лекции, семинары), так и активные и интерактивные формы проведения занятий - подготовка докладов, выполнение практических научных заданий.

| № п/п | <i>Наименование раздела</i> | <i>Виды учебной работы</i> | <i>Образовательные технологии</i> |
|----------|---|--|---|
| 1 | 2 | 3 | 5 |
| 1. | Основные аналитические возможности поисковых систем | Лекция Обсуждение Практическая работа | Лекция с использованием визуальных материалов. Консультирование и проверка домашних заданий |
| 2. | Создание и поддержка сайтов Google. . | Лекция. Обсуждение решение задач | Лекция с использованием визуальных материалов. Опрос, дискуссия. Решение задач Консультирование и проверка домашних заданий. |
| 3. | Проектная работа на основе сайтов Google | Лекция. Обсуждение решение задач | Лекция с использованием визуальных материалов. Решение задач |
| 4. | Технология анализа текста на основе сайтов Google. | Лекция. Обсуждение Доклады | Лекция с использованием визуальных материалов Опрос, |

| | | | |
|----|---|-------------------------------------|---|
| | | | разработка моделей покупательского поведения Консультирование и проверка домашних заданий |
| 5. | Научное исследование на основе сайтов Google | Лекция. Обсуждение решение задач | Лекция с использованием визуальных материалов Обсуждение, Решение практических задач Представление практических работ Консультирование и проверка домашних заданий |

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

| Форма контроля | Срок отчетности | Макс. количество баллов | |
|--|-----------------|-------------------------|------------|
| | | За одну работу | Всего |
| Текущий контроль: | | | |
| - опрос, участие в дискуссии, доклады | 3, 5, 7 недели | 5 балла | 15 баллов |
| - тест | | 10 баллов | 10 баллов |
| | 2 неделя | | |
| - практические задачи и задания | 4, 6, 10 недели | 5 балла | 15 баллов |
| - презентации, разработки, | 8 недели | 10 баллов | 10 баллов |
| - контрольная работа | 11 неделя | 10 баллов | 10 баллов |
| Итого | | | 60 баллов |
| Промежуточная аттестация (зачет) | 12 неделя | | 40 баллов |
| Итого за семестр (дисциплину) | | | 100 баллов |

Полученный совокупный результат (максимум 100 баллов) конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

| 100-балльная шкала | Традиционная шкала | | Шкала ECTS |
|--------------------|---------------------|------------|------------|
| 95 – 100 | отлично | зачтено | A |
| 83 – 94 | | | B |
| 68 – 82 | хорошо | | C |
| 56 – 67 | удовлетворительно | | D |
| 50 – 55 | | | E |
| 20 – 49 | неудовлетворительно | не зачтено | FX |
| 0 – 19 | | | F |
| | | | |

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|--|--|
| 100-83/ A,B | «отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено» | <p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> |

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|--|---|
| | | Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий». |
| 82-68/ С | «хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено» | <p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p> |
| 67-50/ D,E | «удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено» | <p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с</p> |

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|--------------------------------------|--|
| | | учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный». |
| 49-0/ F,FX | «неудовлетворительно»/ не зачтено | Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы. |

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль в форме практических занятий, самостоятельных заданий.

Форма результата обучения – зачет.

Контрольные вопросы:

1. Возможности сервиса Google Sites: хранение документов, обмен информацией,

совместная интерактивная работа, архивирование данных, управление проектов, оценка и контроль, исследования, информационные рассылки и оповещения.

2. Анализ работы сайта
3. Анализ аудитории сайтов
4. Правила и ограничения использования сайтов Google. Типичные ошибки в использовании сайтов Google
5. Алгоритм создания сайта Google.
6. Создание страниц и подстраниц. Работа с оглавлением. Использование интерактивных комментариев
7. Как работает Google ADWORDS
8. Использование сопутствующих сервисов: Google Docs, Gmail, Google Talk, Google Calendar, Google Video
9. Постклик-анализ и оценка эффективности
10. Таргетинг в GOOGLE
11. Что такое поисковой маркетинг
12. Интернет-трафик
13. Маркетинговая ценность поисковой системы как источник таргетированного трафика
14. Рынок поисковых систем
15. Поисковые рекламные инструменты и их особенности
16. Принципы подготовки эффективной кампании с использованием средств поискового маркетинга
17. Индексация и ранжирование сайтов
18. Правила таргетирования
19. Распределение бюджета на Интернет-рекламу
20. Поисковая оптимизация
21. Работа с блогами как управление проектом на основе Google Sites
22. Анализ текстов
23. Работа с поисковыми запросами
24. Технологии анализа текста.
25. Показатели измерения рисков
26. Аналитика и прогнозы в Интернете

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Список источников и литературы

Источники (основные):

1. Пономарева Александра Михайловна Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-369-01531-5 <http://znanium.com/catalog/product/543676>

2. [Борцова Дина Эдуардовна](#)

Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645.
<http://znanium.com/bookread2.php?book=989795>

3. Васильев Геннадий Анатольевич
Электронный бизнес и реклама в Интернете / Васильев Г.А. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 183 с.: ISBN 978-5-238-01346-6
<http://znanium.com/catalog/product/883932>

4. Агарков А. П. Управление инновационной деятельностью / Агарков А.П., Голов Р.С. - М.: Дашков и К, 2017. - 208 с.: ISBN 978-5-394-02328-6
<http://znanium.com/catalog/product/512013>

5. Смирнов Сергей Евгеньевич Бизнес-планирование : учебник / под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. — 296 с.
<http://znanium.com/catalog/product/950074>

6. Померанцев Григорий Николаевич Проектное управление в коммерческой и публичной сферах : учебник / под общ. ред. Х.А. Константиныди. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. — 364 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). <http://znanium.com/catalog/product/908082>

7. Денисенко Владимир Иванович. Управление проектами : учебник / под ред. Н.М. Филимоновой, Н.В. Моргуновой, Н.В. Родионовой. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 349 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a2a2b6fa850b2.17424197.
<http://znanium.com/catalog/product/918075>

- 8.Тумин Валерий Максимович. Управление проектами организации : учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 244 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a03fa3bd86424.97179473.
<http://znanium.com/catalog/product/914487>
- 9.Наумов Владимир Николаевич. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В.Н. Наумов. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 404 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/21026.
<http://znanium.com/catalog/product/550748>
- 10.Акулич Маргарита Васильевна. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / Акулич М.В. - М.: Дашков и К, 2016. - 352 с.: 60х90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-394-02474-0.
<http://znanium.com/catalog/product/541640>
- 11.Секерин Владимир Дмитриевич. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).
<http://znanium.com/catalog/product/937476>
- 12.Пономарева Александра Михайловна. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-369-01531-5 <http://znanium.com/catalog/product/543676>
- 13.Пономарева Александра Михайловна. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 284 с. — DOI: <https://doi.org/10.12737/17067>
<http://znanium.com/catalog/product/910391>
- 14.Поташева Галина Анатольевна. Управление проектами (проектный менеджмент): Учебное пособие / Поташева Г.А. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 224 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) <http://znanium.com/catalog/product/661266>
- 15.Бронникова Тамара Семеновна. Разработка бизнес-плана проекта : учеб. пособие / Т.С. Бронникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 215 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/22181.
<http://znanium.com/catalog/product/937594>
- 16.Борцова Дина Эдуардовна. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645.
<http://znanium.com/bookread2.php?book=989795>

17.Архангельская Алла Сергеевна. Интегрированные маркетинговые коммуникации/Архангельская И.Б., МезинаЛ.Г., Архангельская А.С. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 171 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-369-01485-1 <http://znanium.com/catalog/product/517067>

18.Посухова О. Ю. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - DOI: <https://doi.org/10.12737/01756-2> <http://znanium.com/catalog/product/953324>

Источники специальной периодической литературы:

1.Маркетинг в России и за рубежом (издательство фин-пресс) (www.dis.ru). Журнал посвящен теории и методологии маркетинга, маркетингу в различных отраслях и сферах деятельности.

2.Практический маркетинг (www.cfin.ru). Журнал посвящен практике в сфере маркетинговой деятельности. В нем раскрывается специфика использования на практике маркетингового инструментария. Журнал рекомендуется гильдией маркетологов.

3.Маркетолог (www.marketolog.ru). Ежемесячный журнал. Посвящен пропаганде маркетинговой теории и практике. Здесь публикуются известные люди в сфере маркетинга. В составе редакции Ф.Котлер.

4.Индустрия рекламы (www.ir-magazine.ru). Еженедельный журнал. Среди специалистов в области маркетинга и рекламы занимает одно из первых мест. Основная идея и стиль этого журнала – рецепты успешного бизнеса в России и за рубежом.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2019 г.)

| №п/п | Наименование |
|------|--|
| 1 | Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus |
| 2 | Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. |

| | |
|---|---|
| | Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis |
| 3 | Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru |
| 4 | Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант |

1. <http://kafmr.rsuh.ru/> - сайт кафедры маркетинга и рекламы, факультета управления, института экономики, управления и права РГГУ. Сайт создан для информирования студентов и преподавателей, взаимодействия между ними. На сайте публикуются материалы, касающиеся маркетинговой тематики.

2. www.marketologi.ru - сайт Гильдии маркетологов. Публикует только работы по маркетингу членов Гильдии. Есть форум. Всегда можно познакомиться с повесткой дня очередного заседания Гильдии, узнать о ее устремлениях и членстве. Опубликовано краткий (1000 терминов) словарь по маркетингу.

3. www.sostav.ru - сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы. На нем представлены новости маркетинга и ведется содержательный словарь. Содержится большое количество аналитических, исследовательских материалов. Активно ведется форум. Его часто посещают члены Гильдии маркетологов.

4. www.cfin.ru - сайт "корпоративный менеджмент" интересен для маркетологов, прежде всего тем, что на нем приводятся почти все публикации журналов "Маркетинг в России и за рубежом" и "Практический маркетинг", а также журналов "Секрет фирмы" и "Босс".

5. www.marketing.spb.ru - сайт, не без оснований имеющий название "Энциклопедия маркетинга". Один из наиболее насыщенных сайтов по маркетинговой проблематике. Есть развитый форум. Широко представлена "Библиотека маркетолога". Много рубрик, интересных и наполненных полноценными текстами. Полезная рубрика "Библиография".

6. www.4p.ru - сайт электронного журнала по маркетингу. Есть "Магазин исследований" с аннотациями отчетов о них, информация о ряде грядущих семинаров (рубрика "Образование"). Довольно обстоятельные публикации размещены в рубриках "Практика и теория", "Исследования", "Мерчандайзинг" и др. В "Книжной лавке" совместно с издательством "Питер" представлены аннотации нескольких десятков книг по маркетингу. Действует довольно оживленный форум

7. www.dis.ru - сайт издательской группы "Дело и сервис". Интернет-библиотека по маркетингу в нем базируется на публикациях журнала "Маркетинг в России и за рубежом". Все аккуратно "разобрано" по рубрикам, включая названия статей в свежих номерах. Предлагается рассылка "Все о маркетинге: теория и практика", где анонсируются новые поступления в интернет-библиотеку по маркетингу, размещенную на веб-сайте ИГ "Дело и Сервис".

8. www.crg.li - сайт исследовательской компании CRG (Capital Research Group), входящей в холдинг "Names". Публикаций немного, в основном по вопросам роли цвета в маркетинговых проектах, но есть глоссарий, включающий короткие определения достаточно большого массива маркетинговых терминов.

9. www.admarket.ru - сайт Клуба журналистов, пишущих в центральной прессе о маркетинге и рекламе. Ежедневно представляются новости рекламного рынка, наиболее значимые с позиции членов клуба. Периодически проводятся и публикуются интервью специалистов рекламного рынка журналистам центральных СМИ. Также здесь можно найти ежемесячные рейтинги ста крупнейших российских рекламодателей (отдельно телевидение, радио и пресса, а также наружная реклама в Москве и России), рейтинги СМИ (данные маркетинговых агентств Gallup Media, Gallup AdFact, "ЭСПАР-Аналитик", "Комкон-Медиа", ROMIR Monitoring).

10. www.marketer.ru - сайт посвящен проблематике Интернет-маркетинга: исследования, персоналии, статьи, файлы и др. Весьма позитивно то, что материалы сгруппированы по тематике.

11. forum.gfk.ru - форум компании "Институт маркетинговых исследований ГфК Русь", поименованный "Круглым столом исследователей рынка".

12. www.vniki.ru - сайт Всероссийского научно-исследовательского конъюнктурного института - старейшего в России научного учреждения, имеющего прямое отношение к

маркетингу. На сайте можно познакомиться с тематикой проведенных институтом исследований. В открытом доступе находится архив сборников-справочников по внешнеэкономической деятельности, отдельные номера издаваемой газеты БИКИ (Бюллетень иностранной коммерческой информации).

13. www.analytic-center.ru - сайт "Аналитического центра", где можно подписаться на интересную рассылку «Маркетинговые исследования». Обзоры от ЗАО "Аналитический центр". В архиве выпусков этой рассылки можно найти развернутые рецензии на специальную литературу по маркетингу.

14. www.esomar.org – сайт Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals), поддерживается на английском языке. Каталог публикаций содержит аннотации: серии монографий, ряда международных исследований, информацию о конгрессах и конференциях этой организации.

15. www.overture.com - поисковый англоязычный сайт содержит директории со ссылками по тематикам рекламы, брендинга, прямого маркетинга, маркетинга событий, Интернет-маркетинга, маркетинговых исследований, анализа и планирования, продвижения, PR, телемаркетинга и др.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Семинарские и практические занятия предполагают выполнение практических заданий, проведение презентаций, решение практических задач, демонстрация творческих работ. В соответствии с этим для успешного освоения дисциплины компьютер и проектор, а также программное обеспечение, для показа презентаций и различных материалов (Power –Point, Microsoft- office и др.).

Состав программного обеспечения (ПО) (2019 г.)

Перечень ПО

| №п/ п | Наименование ПО | Производитель | Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое) |
|----------|-----------------------------|---------------|---|
| 1 | Adobe Master Collection CS4 | Adobe | лицензионное |

| | | | |
|----|-----------------------------|------------------|------------------------------|
| 2 | Microsoft Office 2010 | Microsoft | лицензионное |
| 3 | Windows 7 Pro | Microsoft | лицензионное |
| 4 | AutoCAD 2010 Student | Autodesk | свободно распространяемое |
| 5 | Archicad 21 Rus Student | Graphisoft | свободно распространяемое |
| 6 | SPSS Statistics 22 | IBM | лицензионное |
| 7 | Microsoft Share Point 2010 | Microsoft | лицензионное |
| 8 | SPSS Statistics 25 | IBM | лицензионное |
| 9 | Microsoft Office 2013 | Microsoft | лицензионное |
| 10 | ОС «Альт Образование» 8 | ООО «Базальт СПО | лицензионное |
| 11 | Microsoft Office 2013 | Microsoft | лицензионное |
| 12 | Windows 10 Pro | Microsoft | лицензионное |
| 13 | Kaspersky Endpoint Security | Kaspersky | лицензионное |
| 14 | Microsoft Office 2016 | Microsoft | лицензионное |
| 15 | Visual Studio 2019 | Microsoft | лицензионное |
| 16 | Adobe Creative Cloud | Adobe | лицензионное |

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских/ практических занятий

Цель семинарских занятий: направлена на практическое включение студентов в самостоятельную исследовательскую и аналитическую работу, касающуюся основных разделов и тем курса.

В ходе проведения семинаров студентам предлагается ответить на вопросы по рассматриваемым темам, а также на контрольные вопросы преподавателя по тематике предыдущих семинарских занятий, с целью выяснения степени усвоения пройденного материала.

Задачи, задания и ситуации, решаемые и выполняемые и на семинарах, служат основными направлениями подготовки студентов к умению анализировать литературу, аргументировано излагать свое мнение, вести дискуссию, развивать способности к сбору маркетинговой информации и подготовки докладов и выступлений.

Схема семинарского занятия (учебная пара длительностью 90 мин.): блиц-опрос (15 мин), игровой опрос по выполненному домашнему заданию (45 мин), постановка преподавателем новых теоретических и практических подходов к их решению на примере конкретного задания (15 мин), ответы на вопросы студентов (10 мин), требования и рекомендации по выполнению домашнего задания (5 мин).

Темы семинарских занятий:

Семинар №1-2 по теме: Основные аналитические возможности поисковых систем .Анализ работы с Google Adwords. Понятие и сущность ключевых слов в поиске и Комплексный подход к работе сервиса.

I. Вопросы для обсуждения:

- 1. Что из себя представляет подбор ключевых слов?**
- 2. С помощью каких программ и приложений можно подобрать ключевые слова?**
- 3. В каких случаях требуется применять ряд вспомогательных операторов и приёмов?**
- 4. Какие показатели можно оценить с помощью разделения общей частоты запроса по регионам?**
- 5. Перечислите дополнительные возможности сервиса?**
- 6. Как можно быстро понять, как меняется интерес к ключевому запросу?**

II. Пример практических заданий

Техническое задание №1

Создайте сайт вашей группы / учебного курса / кафедры / факультета согласно разработанным на практическом занятии требованиям. Используйте как можно больше различных средств и форматов.

Техническое задание №2

Создайте возможность промежуточного и итогового контроля на вашем сайте Google в соответствии с разработанными на практическом занятии требованиями.

III. Задача

IV. Инструкция

1. Выбрать словосочетание или слово для анализа.
2. Провести анализ фразы согласно примеру приведенному выше, проверить основные показатели эффективности (частота в заданном регионе, история запроса, группировка)
3. Подобрать наиболее эффективные ключевые фразы для любого сайта на выбор.

Литература основная

1. Акулич Маргарита Васильевна

Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / Акулич М.В. - М.: Дашков и К, 2016. - 352 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-394-02474-0

<http://znanium.com/catalog/product/541640>

2. Борцова Дина Эдуардовна

Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645.

<http://znanium.com/bookread2.php?book=989795>

Дополнительная литература

- 1.Алексунин, В. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник / В. А. Алексунин. — 6-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 216 с. - ISBN 978-5-394-02296-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=511979>

Справочная литература

- 1.Перцовский Н. И. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Перцовский Н.И. - М.:Дашков и К, 2016. - 140 с. ISBN 978-5-394-02672-0

Материально-техническое обеспечение занятия:

компьютеры, электронная доска и проектор.

Программное обеспечение.

Power –Point Microsoft- office

Семинар №3 по теме: Проектная работа на основе сайтов Google

I. ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА

Техническое задание №3

Создайте сайт одного из научно-исследовательских проектов, которые ведутся в вузе в соответствии с правилами и требованиями, оговоренными на практическом занятии.

Вопросы для обсуждения:

На основании выполненной практической работы необходимо ответить на следующие вопросы:

1. в случае создания линейных прогнозных трендов с помощью системы функций насколько точно можно предсказать количественные результаты научных проектов?
2. Какие меры по оптимизации и сглаживанию результатов научных исследований с помощью дополнительных сервисов системы вы можете предложить.

Литература основная

1. Акулич Маргарита Васильевна

Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / Акулич М.В. - М.: Дашков и К, 2016. - 352 с.: 60х90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-394-02474-0

<http://znanium.com/catalog/product/541640>

2. Борцова Дина Эдуардовна

Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645](http://dx.doi.org/10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645).

<http://znanium.com/bookread2.php?book=989795>

Дополнительная литература

1.Алексунин, В. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник / В. А. Алексунин. — 6-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 216 с. - ISBN 978-5-394-02296-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=511979>

Справочная литература

1.Перцовский Н. И. Маркетинг: Краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / Перцовский Н.И. - М.:Дашков и К, 2016. - 140 с. ISBN 978-5-394-02672-0

Материально-техническое обеспечение занятия:

компьютер, электронная доска и проектор.

Программное обеспечение.

Power –Point Microsoft- office

Семинар №4 по теме: Технологии анализа текста

Инструкция по выполнению задания:

Найти самостоятельно в Интернете научную статью для разбора .Объем статьи должен быть не менее 2 страниц (размер шрифта:12, Times New Roman; междустрочный интервал: одинарный).

1. На первой странице оставить только название. Под названием делается 3 гипотезы. Гипотезы о том, о чем говориться в статье (исходя из названия).
2. Со следующей страницы необходимо пронумеровать абзацы, после каждого абзаца оставить 3 строчки.
3. Завести 2 дополнительных файла, назвать их «Тезаурус» и «Выжимки» соответственно.
4. В названии статьи выделяем ключевые слова. Ключевые слова выписываем в отдельный файл – тезаурус.
5. Рассматриваем абзацы. Всего, по отношению к абзацам может применяться один(!) из возможных вариантов:

5.1 Является ли фрагмент общим местом (есть ли некоторая проблема, разъяснение, общезначимый аргумент). Другими словами, если в абзаце дается историческая оценка или автор отступает и добавляет из личного опыта (то что было), то есть, нет ничего нового, то этот абзац считаем общим местом и в оставленные три строчки пишем просто "общее место". В дальнейшем рассмотрении данный абзац не участвует.

5.2 Если в абзаце есть авторские понятия, толкования, то выносим их в файл «Тезаурус» и поясняем их авторское толкование.

6.3 Иллюстрирует ли абзац трудные места (диаграммы, рисунки, схемы и т. д.)?

Если да – то делаем соответствующую пометку под абзацем.

5.4. Если излагается некоторая мысль, то выносим ее краткое содержание в файл «Выжимки (номер абзаца и выжимка).

6. Читаем файл «Выжимки» и исключаем замеченные смысловые повторы, если такие есть.
7. Делаем вывод. Соответствует ли содержание статьи содержанию наименования (находятся ли название и содержание в релевантном отношении).
8. Если удовлетворяет, то – ОК, если нет – то предлагаем свое название. Подтвердилась ли какая-либо из трех гипотез, выдвинутых в начале.
9. В выводе считаем и указываем **средний коэффициент выжимки**.

Считаем статистику: коэффициент выжимки $K = 1 - \frac{N}{M}$, где

N – количество слов в сжатом тексте,

M – количество слов в абзаце.

10. Построение онтологической модели. Смотрим тезаурус, связанный с текстом, и рассматриваем, в каком отношении друг с другом находятся слова, входящие в тезаурус. Онтологическую модель также помещаем в файл с тезаурусом.

Литература основная

1. Борцова Дина Эдуардовна. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645.
<http://znanium.com/bookread2.php?book=989795>
2. Басовский Л. Е. Маркетинг : учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/18431.

Дополнительная литература

3. Борцова Дина Эдуардовна. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645.
<http://znanium.com/bookread2.php?book=989795>
4. . Акулич Маргарита Васильевна. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / Акулич М.В. - М.: Дашков и К, 2016. - 352 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-394-02474-0. <http://znanium.com/catalog/product/541640>

5. Секерин Владимир Дмитриевич. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). <http://znanium.com/catalog/product/937476>

Материально-техническое обеспечение занятия:

компьютер, электронная доска и проектор.

Семинар №5 по теме: Научное исследование на основе сайтов Google

Техническое задание №4

Отразите на вашем Google-сайте возможность интерактивной коллективной работы с текстами больших объемов (перевод, редактирование, рецензирование, контент-анализ и т.п.)

Вопросы к занятию.

1. Перечислите основные нереализованные возможности использования Google sites в учебной работе.

Укажите все возможные программные и технологические решения.

2. Укажите нереализованные возможности Google sites в научной работе.
3. Отметьте нереализованные возможности Google sites в проектной работе.
4. Назовите операторы поисковой системы Google и поясните их значение.
5. Воспользовавшись ссылкой [http:// www.google.ru/iutl/ru/help/features.html](http://www.google.ru/iutl/ru/help/features.html), найдите информацию о том, каким образом осуществит расширенный поиск в Google, какие параметры поиска доступны пользователю?

Литература основная

1. Борцова Дина Эдуардовна. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645.

<http://znanium.com/bookread2.php?book=989795>

2. Басовский Л. Е. Маркетинг : учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/18431.

Дополнительная литература

3. Борцова Дина Эдуардовна. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). —

www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645.

<http://znanium.com/bookread2.php?book=989795>

4. . Акулич Маргарита Васильевна. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / Акулич М.В. - М.: Дашков и К, 2016. - 352 с.: 60х90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-394-02474-0. <http://znanium.com/catalog/product/541640>

5. Секерин Владимир Дмитриевич. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). <http://znanium.com/catalog/product/937476>

Материально-техническое обеспечение занятия:

компьютер, электронная доска и проектор.

АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Научный семинар по развитию прикладной аналитики» является факультативной дисциплиной по выбору вариативной части дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры) (Направленность: "Цифровой маркетинг"). Дисциплина реализуется на факультете управления Института управления экономики и права РГГУ кафедрой маркетинга и рекламы

Цель Научного семинара по развитию прикладной аналитики-- формирование способности и готовности магистров к выполнению профессиональных функций в различных секторах экономики с помощью прикладных компьютерных программ.

Задачи научного семинара по развитию прикладной аналитики:

- приобретение опыта исследования актуальной прикладной научной проблемы;
- формирование навыка полемики в научной среде (через участие в конференциях и публикации в рецензируемых научных изданиях);
- подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы (ВКР);
- формирование умения определять цель, задачи и составлять план исследования;
- формирование знаний и умений по овладению методами и методиками научного познания, исходя из задач конкретного исследования;
- подбор необходимых материалов для выполнения практической части магистерской диссертации с привлечением современных информационных технологий;
- формирование умения обрабатывать полученные результаты исследования в прикладных информационных и аналитических программах, анализировать и интерпретировать результаты;
- представление итогов выполненной работы в виде отчетов, статей и т.п.;

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

| Коды компетенции | Содержание компетенций | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
|------------------|---|--|
| ОК-2 | готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; | Знать: основы разработки и реализации корпоративной стратегии и ценовой политики фирмы; Уметь: действовать в нестандартных ситуациях, связанных с изменением конъюнктуры рынка; нести социальную и этическую ответственность за принимаемые решения; Владеть: навыками действий в нестандартных ситуациях. |

| | | |
|-------|---|---|
| ОПК-1 | готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности | <p>Знать: лексическую базу и терминологию в сфере управления инновационным бизнесом на русском и иностранном языке</p> <p>Уметь: воспринимать, анализировать и обобщать информацию на русском и на иностранном языке, логически верно строить свою речь на иностранном языке, оформлять извлеченную из специализированных источников на иностранном языке информацию и предоставлять ее в профессиональных кругах</p> <p>Владеть: навыками устной и письменной профессиональной коммуникации на русском и иностранном языке, иностранным языком в объеме, необходимом для возможности получения информации из зарубежных источников по проблематике управления инновационным бизнесом</p> |
| ОПК-2 | готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия | <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теоретические и методологические основы анализа данных; - основные модели управления коллективом в профессиональной деятельности; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать эффективность того или иного метода для конкретных условий деятельности, учитывая социальную и этическую значимость принимаемых решений; - использовать экспериментальные и теоретические методы исследования в профессиональной деятельности; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современными методами и инструментами анализа данных в практической деятельности российских предприятий; |
| ПК-1 | Способность управлять организацией, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями | <p>Знать: особенности управления организацией, процессами, денежными потоками на корпоративном уровне;</p> <p>Уметь: диагностировать состояние корпоративных финансов и проектировать эффективные управленческие решения в сфере управления инновационным бизнесом; принимать управленческие решения.</p> <p>Владеть: подходами и инструментами рационального использования финансовых ресурсов в корпоративных структурах.</p> |

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

| № | Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения | Дата | № протокола |
|---|---|------------|-------------|
| 1 | Приложение №1 | 27.05.2020 | 10 |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

1. Образовательные технологии (к п.4 на 2020 г.)

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

2. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)

| №п /п | Наименование |
|----------|--|
| 1 | Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus |
| 2 | Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis |
| 3 | Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru |
| 4 | Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант |

3. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)

| №п /п | Наименование ПО | Производитель | Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое) |
|----------|-----------------------------|---------------|--|
| 1 | Adobe Master Collection CS4 | Adobe | лицензионное |
| 2 | Microsoft Office 2010 | Microsoft | лицензионное |
| 3 | Windows 7 Pro | Microsoft | лицензионное |
| 4 | AutoCAD 2010 Student | Autodesk | свободно распространяемое |
| 5 | Archicad 21 Rus Student | Graphisoft | свободно распространяемое |
| 6 | SPSS Statistics 22 | IBM | лицензионное |

| | | | |
|----|-----------------------------|------------------|--------------|
| 7 | Microsoft Share Point 2010 | Microsoft | лицензионное |
| 8 | SPSS Statistics 25 | IBM | лицензионное |
| 9 | Microsoft Office 2013 | Microsoft | лицензионное |
| 10 | ОС «Альт Образование» 8 | ООО «Базальт СПО | лицензионное |
| 11 | Microsoft Office 2013 | Microsoft | лицензионное |
| 12 | Windows 10 Pro | Microsoft | лицензионное |
| 13 | Kaspersky Endpoint Security | Kaspersky | лицензионное |
| 14 | Microsoft Office 2016 | Microsoft | лицензионное |
| 15 | Visual Studio 2019 | Microsoft | лицензионное |
| 16 | Adobe Creative Cloud | Adobe | лицензионное |
| 17 | Zoom | Zoom | лицензионное |