

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор по образовательной  
деятельности

\_\_\_\_\_ С.Т. Князев  
«\_\_» \_\_\_\_\_

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

<b>Код модуля</b>	<b>Модуль</b>
1144578	Инновационные технологии в сервисной деятельности

**Екатеринбург**

<b>Перечень сведений о рабочей программе модуля</b>	<b>Учетные данные</b>
<b>Образовательная программа</b> 1. Сервис	<b>Код ОП</b> 1. 43.03.01/33.01
<b>Направление подготовки</b> 1. Сервис	<b>Код направления и уровня подготовки</b> 1. 43.03.01

Программа модуля составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
2	Поведа Татьяна Валерьевна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	интеллектуальных информационных технологий
3	Полякова Виктория Владимировна	кандидат социологических наук, доцент	Доцент	прикладной социологии
4	Резник Ирина Борисовна	кандидат искусствоведения, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ **Инновационные технологии в сервисной деятельности**

### 1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль направлен на развитие универсальных и профессиональных компетенций, связанных с использованием современных информационных технологий, применяемых в сервисной деятельности. Особое внимание уделяется технологиям продвижения, позиционирования предприятия и взаимодействиям с потребителем посредством сети Интернет. Данный модуль является прикладным по своему характеру, студент не только получает знания, но получает навыки и умения применять их в своей профессиональной деятельности.

### 1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Информационные технологии в сервисе	2
2	Интернет маркетинг	3
3	Контент маркетинг	3
4	Статистика	2
ИТОГО по модулю:		10

### 1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

<b>Пререквизиты модуля</b>	1. Информационные технологии и сервисы
<b>Постреквизиты и кореквизиты модуля</b>	1. Теория управления в сервисе 2. Коммуникативные технологии в сервисе

### 1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3

Интернет маркетинг	ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности	<p>З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач</p> <p>У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области</p> <p>П-2 - Проводить, применяя методы, сбор и анализ данных, характерных для своей профессиональной области, и представлять их интерпретацию в форме научного доклада (сообщения)</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации</p>
	ОПК-3 - Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом	<p>З-1 - Изложить возможные способы решения проблем в профессиональной области деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>З-2 - Объяснить особенности и возможности применения основных научных теорий, концепций и подходов для обоснования решения проблем в профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять способы решения проблем, значимых для профессиональной области, и обосновывать их, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе инновационных</p> <p>У-2 - Анализировать профессиональную область деятельности и выявлять присущие ей проблемы, их причины и суть, используя методологию научных теорий и концепций</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде предлагать и обосновывать способы решения проблем в профессиональной деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения</p>

		<p>Д-2 - Проявлять способность эффективно работать в команде, умения аргументировать и убеждать</p>
	<p>ПК-1 - Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса</p>	<p>З-3 - Основные технические новации и необходимое программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности по продвижению в сети Internet</p> <p>У-3 - Выбирать и применять различные технологии интернет маркетинга для продвижения предприятия, проекта в сервисной деятельности</p> <p>У-4 - Использовать новейшие методы и средства получения, хранения и обработки информации для решения проблем сервисной деятельности</p> <p>П-5 - Владеть опытом продвижения в социальных сетях как части маркетинговой стратегии компании, проекта сервисной деятельности владеть методиками позволяющими разрабатывать и размещать эффективный контент</p> <p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p>
	<p>ПК-4 - Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов</p>	<p>З-1 - Методы маркетинговых исследований используемых в сервисной деятельности</p> <p>З-4 - Понятие комплекса маркетинговых коммуникаций и отдельных его составляющих</p> <p>У-2 - Выбирать методы маркетинговых исследований для решения проблем предприятия сервиса</p> <p>У-3 - Анализировать информацию, полученную в ходе маркетинговых исследований и предлагать стратегии маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-4 - Предлагать варианты решений, в том числе и креативных для маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-5 - Оценивать маркетинговую политику предприятия сервиса</p>

		<p>П-1 - Разрабатывать стратегии продажи и продвижения сервисных продуктов</p> <p>П-2 - Предлагать концепции и готовые решения планируемых продуктов маркетинга для предприятий сервиса</p> <p>Д-1 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений, отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p>
	<p>ПК-10 - Способен к планированию и реализации коммуникационной деятельности предприятия сервиса</p>	<p>З-1 - Особенности и основные принципы функционирования интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере сервиса</p> <p>З-2 - Виды коммуникативных продуктов, требования к их формированию и оценке эффективности</p> <p>У-2 - Выбирать методы, методики оценки коммуникативной деятельности предприятия</p> <p>У-3 - Выбирать средства, методы и методики для решения проблем в сфере коммуникативной деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-4 - Предлагать способы решения в том числе и нестандартные для решения проблем в коммуникативной деятельности предприятия сервиса</p> <p>П-1 - Осуществлять планирование коммуникационной деятельностью предприятия в сфере сервиса</p> <p>П-2 - Разрабатывать коммуникативные продукты, используя современные технологии и методики</p> <p>П-3 - Анализировать коммуникативную деятельность предприятия сервиса, используя соответствующие проблеме методики</p>
	<p>ПК-13 - Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на</p>	<p>З-6 - Информационно-программное обеспечение для разработки, создания, продвижения проектов, продуктов в сфере дизайна и рекламы</p>

	<p>применении инновационных технологий</p>	<p>У-1 - Проводить анализ эффективности рекламного, дизайнерского продукта, рекламных мероприятий и кампаний</p> <p>У-6 - Выбирать и применять современное информационно-программное обеспечение для создания, разработки и продвижения проектов, продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>П-4 - Использовать для разработки и создания, продвижения информационно-программное обеспечение</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения, критическое и логическое мышление.</p> <p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p> <p>Д-3 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p>
<p>Информационные технологии в сервисе</p>	<p>УК-9 - Способен выполнять поиск источников информации и данных, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств для эффективного решения поставленных задач</p>	<p>З-1 - Описать алгоритмы работы разных поисковых систем и особенности составления запросов при поиске информации в сети Интернет и базах данных</p> <p>З-4 - Привести примеры применения информационных сервисов для решения поставленных задач</p> <p>П-1 - Выполнять поставленные задачи по поиску, обработке, передаче и хранению информации в цифровой форме, используя современные технические средства, пакеты прикладных программ, информационные сервисы и базы данных</p> <p>Д-1 - Демонстрировать аналитические и системные умения, способность к поиску информации</p>
	<p>ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам</p>	<p>З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач</p>

	<p>профессиональной деятельности</p>	<p>У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области</p> <p>П-2 - Проводить, применяя методы, сбор и анализ данных, характерных для своей профессиональной области, и представлять их интерпретацию в форме научного доклада (сообщения)</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации</p>
	<p>ОПК-3 - Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p>	<p>З-1 - Изложить возможные способы решения проблем в профессиональной области деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>З-2 - Объяснить особенности и возможности применения основных научных теорий, концепций и подходов для обоснования решения проблем в профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять способы решения проблем, значимых для профессиональной области, и обосновывать их, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе инновационных</p> <p>У-2 - Анализировать профессиональную область деятельности и выявлять присущие ей проблемы, их причины и суть, используя методологию научных теорий и концепций</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде предлагать и обосновывать способы решения проблем в профессиональной деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения</p>
	<p>ПК-1 - Способен применять технологические новации и современное программное</p>	<p>З-1 - Знать офисные технологии и специальное программное обеспечение, интернет-технологии; программные средства, позволяющие автоматизировать деятельность служб сервиса</p>



	обеспечение в сфере сервиса	<p>З-2 - Современную методологию и технологию управления проектами сервиса в сфере организации мероприятий разного уровня с помощью информационных приложений управления проектами в сервисной деятельности</p> <p>У-1 - Самостоятельно подобрать и использовать подходящие информационные технологии в ходе планирования и реализации сервисной деятельности, в том числе и проектной деятельности в сервисе</p> <p>У-2 - На основе анализа проблемы и имеющихся данных, подбирать программы и сервисы, позволяющие осуществлять разработку и создание продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>У-6 - Выбирать и применять методики анализа эффективности применяемых прикладных программ</p> <p>П-1 - Применять программное обеспечение и сервисы в ходе планирования и реализации сервисной деятельности, в том числе и проектной деятельности в сфере сервиса</p> <p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p>
Контент маркетинг	ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности	<p>З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач</p> <p>У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области</p> <p>П-2 - Проводить, применяя методы, сбор и анализ данных, характерных для своей профессиональной области, и представлять их интерпретацию в форме научного доклада (сообщения)</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации</p>
	ОПК-3 - Способен выявлять, концептуализировать и	З-1 - Изложить возможные способы решения проблем в профессиональной области деятельности, используя знания

<p>предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p>	<p>научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>З-2 - Объяснить особенности и возможности применения основных научных теорий, концепций и подходов для обоснования решения проблем в профессиональной деятельности</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять способы решения проблем, значимых для профессиональной области, и обосновывать их, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе инновационных</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде предлагать и обосновывать способы решения проблем в профессиональной деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения</p> <p>Д-2 - Проявлять способность эффективно работать в команде, умения аргументировать и убеждать</p>
<p>ПК-1 - Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса</p>	<p>З-3 - Основные технические новации и необходимое программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности по продвижению в сети Internet</p> <p>У-2 - На основе анализа проблемы и имеющихся данных, подбирать программы и сервисы, позволяющие осуществлять разработку и создание продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>У-3 - Выбирать и применять различные технологии интернет маркетинга для продвижения предприятия, проекта в сервисной деятельности</p> <p>У-4 - Использовать новейшие методы и средства получения, хранения и обработки информации для решения проблем сервисной деятельности</p>

		<p>У-6 - Выбирать и применять методики анализа эффективности применяемых прикладных программ</p> <p>П-5 - Владеть опытом продвижения в социальных сетях как части маркетинговой стратегии компании, проекта сервисной деятельности владеть методиками позволяющими разрабатывать и размещать эффективный контент</p> <p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p>
	<p>ПК-4 - Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов</p>	<p>З-1 - Методы маркетинговых исследований используемых в сервисной деятельности</p> <p>З-4 - Понятие комплекса маркетинговых коммуникаций и отдельных его составляющих</p> <p>У-2 - Выбирать методы маркетинговых исследований для решения проблем предприятия сервиса</p> <p>У-3 - Анализировать информацию, полученную в ходе маркетинговых исследований и предлагать стратегии маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-4 - Предлагать варианты решений, в том числе и креативных для маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-5 - Оценивать маркетинговую политику предприятия сервиса</p> <p>П-1 - Разрабатывать стратегии продажи и продвижения сервисных продуктов</p> <p>П-2 - Предлагать концепции и готовые решения планируемых продуктов маркетинга для предприятий сервиса</p> <p>Д-1 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений, отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p>
	<p>ПК-10 - Способен к планированию и реализации коммуникационной</p>	<p>З-1 - Особенности и основные принципы функционирования интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере сервиса</p>

	<p>деятельности предприятия сервиса</p>	<p>З-2 - Виды коммуникативных продуктов, требования к их формированию и оценке эффективности</p> <p>У-3 - Выбирать средства, методы и методики для решения проблем в сфере коммуникативной деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-4 - Предлагать способы решения в том числе и нестандартные для решения проблем в коммуникативной деятельности предприятия сервиса</p> <p>П-2 - Разрабатывать коммуникативные продукты, используя современные технологии и методики</p> <p>П-3 - Анализировать коммуникативную деятельность предприятия сервиса, используя соответствующие проблеме методики</p>
	<p>ПК-13 - Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на применении инновационных технологий</p>	<p>З-2 - Правовые, этические и эстетические аспекты создания рекламных, художественных объектов</p> <p>З-6 - Информационно-программное обеспечение для разработки, создания, продвижения проектов, продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>У-3 - Определять цели, задачи, методы и средства для создания рекламного и дизайнерского продукта</p> <p>У-4 - Выбирать методы и способы продвижения и распространения рекламного, дизайнерского продукта</p> <p>У-5 - Находить нестандартные, креативные решения для создаваемых продуктов в соответствии с пожеланиями заказчиков</p> <p>У-6 - Выбирать и применять современное информационно-программное обеспечение для создания, разработки и продвижения проектов, продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>П-4 - Использовать для разработки и создания, продвижения информационно-программное обеспечение</p>

		<p>Д-1 - Проявлять аналитические умения, критическое и логическое мышление.</p> <p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p> <p>Д-3 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p>
Статистика	<p>ОПК-1 - Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов</p>	<p>З-1 - Характеризовать основные методологические и теоретические подходы, позволяющие объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной области</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять основные характеристики явлений и процессов на основе критериев научных знаний, используя основные теоретические и методологические подходы в своей профессиональной области</p> <p>У-2 - Определять теоретические и методологические подходы для обоснованного объяснения природы, явлений и процессов в своей профессиональной области</p> <p>П-1 - Самостоятельно, опираясь на теоретические и методологические подходы, составить на основе критериев научных знаний характеристики явлений и процессов для решения задач в своей профессиональной области.</p> <p>Д-1 - Проявлять внимательность и усердие в поиске и применении теоретического знания</p>
	<p>ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p>	<p>З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач</p> <p>У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области</p> <p>П-2 - Проводить, применяя методы, сбор и анализ данных, характерных для своей профессиональной области, и представлять</p>

		их интерпретацию в форме научного доклада (сообщения)  Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации
	ОПК-3 - Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом	З-2 - Объяснить особенности и возможности применения основных научных теорий, концепций и подходов для обоснования решения проблем в профессиональной деятельности  У-2 - Анализировать профессиональную область деятельности и выявлять присущие ей проблемы, их причины и суть, используя методологию научных теорий и концепций  Д-1 - Проявлять аналитические умения
	ПК-1 - Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	З-4 - Процедуры и основные этапы статистического обследования, общестатистические методы и приемы анализа количественной социально-экономической информации  У-5 - Разрабатывать программу статистического исследования, собирать и обрабатывать статистическую информацию, рассчитывать и интерпретировать основные статистические показатели  П-6 - Иметь навык статистического анализа для диагностики социальных процессов, прогнозирования ситуации и выработки необходимых управленческих решений в сфере сервиса  Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению

### 1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Информационные технологии в сервисе**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Поведа Татьяна Валерьевна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподавателе ль	интеллектуальных информационных технологий

**Рекомендовано учебно-методическим советом института** Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Поведа Татьяна Валерьевна, Старший преподаватель, интеллектуальных информационных технологий

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Основные понятия информационных технологий	Информация, данные, знания. Роль и значение информационной технологии. Информационное общество. Экономика знаний. Распространение информации в обществе. Конкурентная бизнес-среда и ее трансформация в экономике информационного общества. Новые виды организационных структур – цифровые фирмы, сетевые предприятия.
2	Информационные системы управления организацией	Влияние внедрения информационных систем и технологий на управление организацией. Современный подход к роли информационных систем в организации. Понятие информационной технологии для менеджмента: определение, цели создания и использования, методология. Системы управления проектами.
3	Информационные технологии в электронном бизнесе	Интернет-магазин. Интернет-маркетинг. Web-персонализация. Web-сайт компании. Корпоративный портал. Интранет-технологии. Корпоративные системы. Облачные сервисы. Культура интернет-коммуникаций.
4	Цифровые данные	Представление и хранение информации. Обработка данных. Пакеты прикладных программ.



		Интернет-технологии в обучении. Технологии сетей беспроводной связи.
5	Системы управления базами данных	Технология хранения, поиска и сортировки информации. Модели баз данных. Организация системы управления базами данных (СУБД). Классификация СУБД. Основы работы в СУБД.
6	Информационная безопасность	Основы персональной информационной безопасности. Правовые основы информационной безопасности.

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Формирование информационно й культуры в сети интернет	целенаправленна я работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативно й компетентности	ПК-1 - Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	У-1 - Самостоятельно подобрать и использовать подходящие информационные технологии ходе планирования и реализации сервисной деятельности, в том числе и проектной деятельности в сервисе

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Информационные технологии в сервисе

#### Электронные ресурсы (издания)

1. Балдин, К. В.; Информационные системы в экономике : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2019; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112225> (Электронное издание)
2. , Титоренко, Г. А.; Информационные системы и технологии управления : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115159> (Электронное издание)
3. Никитаева, А. Ю.; Корпоративные информационные системы : учебное пособие.; Издательство Южного федерального университета, Ростов-на-Дону|Таганрог; 2017; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493253> (Электронное издание)

#### Печатные издания

1. Коршунов, М. К., Макаров, Э. П.; Экономика и управление: применение информационных технологий : учебное пособие для вузов.; Юрайт, Москва; 2018 (1 экз.)
2. , Симонович, С. В.; Информатика. Базовый курс : учебное пособие для студентов вузов : [стандарт третьего поколения].; Питер, Москва; 2015 (40 экз.)
3. Вдовенко, Л. А.; Информационная система предприятия : учеб. пособие для студентов вузов, аспирантов, магистров экон. вузов.; Вузовский учебник : ИНФРА-М, Москва; 2010 (1 экз.)
4. Редькина, Н. С.; Информационные технологии в вопросах и ответах : учеб. пособие.; ГПНТБ СО РАН, Новосибирск; 2010 (15 экз.)
5. Венделева, М. А; Информационные технологии управления : учеб. пособие для бакалавров по специальности "Менеджмент орг.". ; Юрайт, Москва; 2011 (2 экз.)

### **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» <http://www.biblioclub.ru/>
2. ЭБС "Лань" Издательство "Лань" <http://e.lanbook.com/>
3. eLibrary ООО Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>

### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел Информатика и информационные технологии <http://window.edu.ru/catalog>
2. Интернет-Университет Информационных Технологий <http://www.intuit.ru/>
3. google.ru – поисковая система.
4. yandex.ru – поисковая система.

## **3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Информационные технологии в сервисе**

**Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением**

Таблица 3.1

<b>№ п/п</b>	<b>Виды занятий</b>	<b>Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень лицензионного программного обеспечения</b>
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc

		<p>соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
2	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
3	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
4	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
5	Лабораторные занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Интернет маркетинг**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
2	Резник Ирина Борисовна	кандидат искусствоведения, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

**Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт**

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Булатова Анастасия Васильевна, Доцент, культурологии и дизайна
- Резник Ирина Борисовна, Доцент, культурологии и дизайна

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Классический и цифровой маркетинг.	Суть, различия и особенности классического и цифрового маркетинга. Общая характеристика интернет-маркетинга. Целевая аудитория и средства коммуникации.
2	Способы и виды интернет-продвижения, технологии интернет-маркетинга.	Сайты и посадочные страницы. Контекстная реклама. SEO. Медийная реклама. E-mail-маркетинг. Web-аналитика. Таргетированная реклама. Контент-маркетинг. Buzz-promotion. Цифровая экономика. Off-line цифровая реклама. CRM-системы. Большие данные в интернет-маркетинге.

## 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Формирование информационно й культуры в сети интернет	целенаправленная работа с информацией для использования в практических	Технология повышения коммуникативной компетентности	ПК-1 - Способен применять технологические новации и современное программное	У-4 - Использовать новейшие методы и средства получения, хранения и

	целях		обеспечение в сфере сервиса	обработки информации для решения проблем сервисной деятельности
--	-------	--	-----------------------------	---

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Интернет маркетинг

#### Электронные ресурсы (издания)

1. Панин, К. Г.; Интернет-маркетинг: Баннерная реклама; Лаборатория книги, Москва; 2010; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97079> (Электронное издание)
2. Ефимов, А. Б.; E-mail маркетинг для интернет-магазина: инструкция по внедрению : практическое пособие.; СилаУма-Паблишер, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430517> (Электронное издание)
3. Катаев, А. В.; Интернет-маркетинг : учебное пособие.; Издательство Южного федерального университета, Ростов-на-Дону|Таганрог; 2018; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687> (Электронное издание)
4. Акулич, М. В.; Интернет-маркетинг : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2020; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342> (Электронное издание)
5. , Синяева, И. М.; Маркетинг PR и рекламы : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709> (Электронное издание)
6. Бугаев, Л., Л., Быстрова, Ю.; Мобильный маркетинг: как зарядить свой бизнес в мобильном мире : практическое пособие.; Альпина Паблишер, Москва; 2016; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=254640> (Электронное издание)
7. , Абалакова, О. В.; Информационный маркетинг : учебно-методический комплекс.; Кемеровский государственный университет культуры и искусств (КемГУКИ), Кемерово; 2013; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274195> (Электронное издание)
8. , Синяева, И. М.; Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438> (Электронное издание)
9. Лужнова, Н. В.; Маркетинговые коммуникации : учебное пособие.; ОГУ, Оренбург; 2016; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481768> (Электронное издание)

#### Печатные издания

1. , Сухов, С.; Интернет-маркетинг на 100%; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2016 (1 экз.)
2. ; Интернет-маркетинг 3.0: нет русской рулетке!; Питер, Москва [и др.]; 2011 (1 экз.)
3. Синяева, И. М., Земляк, С. В., Синяев, В. В., Дашков, Л. П.; Маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг"; Дашков и К°, Москва; 2007 (11 экз.)
4. Ульяновский, А. В.; Маркетинговые коммуникации. 28 инструментов миллениума. С учетом новейших тенденций, диктуемых современным рынком; Эксмо, Москва; 2008 (7 экз.)

## Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

eLibrary ООО Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>

### Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

Хабр <https://habr.com/ru>

## 3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Интернет маркетинг

#### Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES



		<p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	
4	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
5	Лабораторные занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Контент маркетинг**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

**Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт**

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Булатова Анастасия Васильевна, Доцент, культурологии и дизайна

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Контент маркетинг: сущность и специфика.	Понятие, сущность и специфика контент маркетинга. Контент маркетинг как часть маркетинга, интернет маркетинга. Контент маркетинг и PR, SEO. Плюсы и минусы контент маркетинга.
2	Построение контент стратегии и разработка контент плана	Составление стратегии: формулирование целей и задач, проведение исследований, определение целевых аудиторий, анализ конкурентов, выбор каналов, площадок, использование триггеров вовлеченности, подбор видов и типов контента, подбор команды, создание планов публикаций (контент плана); Формулирование стратегии. Создание и распространение контента; Анализ результатов и доработка стратегии продвижения.  Бриф (техническое задание). Использование матриц. Анализ контента, анализ конкурентов, подбор аналогов. Метрики эффективности.
3	Каналы продвижения, виды и типы контента	Способы и каналы продвижения созданного контента: сайт компании или блог; социальные сети; e-mail рассылка; образовательные и развлекательные мероприятия; вебинары и конференции, тематические площадки: СМИ, форумы, блоги, порталы; инструкции и дополнительные к товарам материалы; печатные издания, книги.  Форматы контент: видео, текст, изображение, аудио и др.  Виды контента по тематике: развлекательный, информационный, коммуникационный, продающий,

		репутационный (экспертный в том числе), снимающий возражения, образовательный и т.д
--	--	---

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Формирование информационной культуры в сети интернет	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности	ПК-1 - Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	У-3 - Выбирать и применять различные технологии интернет маркетинга для продвижения предприятия, проекта в сервисной деятельности

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Контент маркетинг

#### Электронные ресурсы (издания)

1. Савчук, Г. А.; Маркетинг в рекламе : контрольные задания и ситуационные задачи.; Изд-во Урал. ун-та, Екатеринбург; 2010; <http://hdl.handle.net/10995/33148> (Электронное издание)

#### Печатные издания

1. Дэвис, Дж. Дж., Виноградов, А. Г., Кушнеренко, Е. В., Полищук, О. А.; Исследования в рекламной деятельности: теория и практика; Вильямс, Москва; 2003 (6 экз.)
2. МакКоннел, Б., Болдышева, А. В.; Эпидемия контента. Маркетинг в социальных сетях и блогосфере; Вершина, Москва; 2008 (5 экз.)
3. , Сухов, С.; Интернет-маркетинг на 100%; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2009 (5 экз.)
4. Котляревская, И. В., Юзвович, Л. И.; Стратегический маркетинг : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 080200 - Менеджмент.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2015 (5 экз.)
5. Бэгготт, К., Бабкина, О. А.; E-mail маркетинг работает! Как продавать больше, используя один из мощнейших маркетинговых инструментов; Группа ИДТ, Москва; 2008 (5 экз.)
6. Синяева, И. М., Земляк, С. В., Синяев, В. В., Дашков, Л. П.; Маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг"; Дашков и К°, Москва; 2007 (11 экз.)
7. Бернет, Д., Габенов, Н., Кузин, В., Божук, С. Г.; Маркетинговые коммуникации: интегрированный

подход; Питер, Санкт-Петербург; 2001 (5 экз.)

8. Ульяновский, А. В.; Маркетинговые коммуникации. 28 инструментов миллениума. С учетом новейших тенденций, диктуемых современным рынком; Эксмо, Москва; 2008 (7 экз.)

### **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

1. ЭБС "Лань" Издательство "Лань" <http://e.lanbook.com/>
2. eLibrary ООО Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>

### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

Социальная сеть <https://www.pinterest.ru/>

Хабр <https://habr.com/>

Behance <https://www.behance.net/>

Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

## **3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Контент маркетинг**

**Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением**

Таблица 3.1

<b>№ п/п</b>	<b>Виды занятий</b>	<b>Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень лицензионного программного обеспечения</b>
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc

		соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Статистика**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
2	Полякова Виктория Владимировна	кандидат социологических наук, доцент	Доцент	прикладной социологии

**Рекомендовано учебно-методическим советом института** Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Булатова Анастасия Васильевна, Доцент, культурологии и дизайна
- Полякова Виктория Владимировна, Доцент, прикладной социологии

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
Раздел 1	Статистика как вид деятельности	
Раздел 1 Тема 1	Статистика как наука	Статистика как совокупность сведений. Предмет статистики как науки. Задачи статистики. Основные понятия статистики. Особенности статистической методологии. Закон больших чисел, статистическая закономерность. Статистические совокупности. Статистический метод, его главные черты. Описательная и объяснительная статистика. Природа статистического числа. Статистика как общественная наука. Статистика и социология. Актуальные проблемы современной статистики. История отечественной статистики. Отрасли статистики. Организация государственной статистики в РФ и международной статистики.
Раздел 1 Тема 2	Статистическое наблюдение	Понятие и этапы статистического наблюдения. Формы организации и виды статистического наблюдения. Программно-методологические и процедурные вопросы плана статистического наблюдения (программно-методологические, процедурные, организационные вопросы). Объект статистического наблюдения и проблема его ограничения. Единица наблюдения. Статистические формуляры и их виды. Статистическая отчетность как особая форма организации сбора данных. Ошибки статистического наблюдения. Методы



		контроля достоверности данных статистического наблюдения. Требования, предъявляемые к собираемым данным.
<b>Раздел 1 Тема 3</b>	Сводка и группировка статистических материалов.	Этап сводки: назначение, последовательность процедур. Организация и техника сводки (централизованная и децентрализованная сводка; ручная, механизированная, автоматизированная сводка). Метод группировки: понятие, назначение. Группировочный признак: понятие, виды, их выбор. Правила и процедура группировки по разным признакам. Виды группировок (типологическая, структурная, аналитическая), их задачи. Простые и комбинированные (многомерные) группировки. Вторичная группировка: назначение и принципы построения. Понятие статистического ряда распределения.
<b>Раздел 1 Тема 4</b>	Способы представления статистических данных	Статистическая таблица и ее элементы. Разработка подлежащего и сказуемого таблицы. Виды статистических таблиц. Разработка макетов таблиц. Правила и техника построения статистической таблицы. Назначение графиков в статистике. Элементы графика: поле, графический образ, масштабная шкала, система координат, экспликация. Основные виды графиков. Построение графиков и их интерпретация.
<b>Раздел 2</b>	Использования статистических показателей в практике проведения социальных исследований.	
<b>Раздел 2 тема 1</b>	Обобщающие статистические показатели.	Понятие и атрибуты статистического показателя. Виды статистических величин. Абсолютные величины, их разновидности по содержанию и уровню обобщения. Аналитические возможности и ограничения абсолютных величин. Их использование в социальных исследованиях. Относительные величины. Виды относительных величин по содержанию и форме выражения. Аналитические возможности и ограничения относительных величин, их использование в социальных исследованиях. Средние величины и их виды. Требования к расчету средних величин. Понятие «огульной» средней. Аналитические возможности и ограничения средних величин. Их использование в социологических исследованиях. Роль и значение статистических показателей в управлении социальными процессами.
<b>Раздел 2 тема 2</b>	Вариационные ряды распределения и показатели средней тенденции изменения.	Статистические ряды распределения: понятие, виды, особенности построения. Вариация массовых явлений. Ранжированный ряд. Вариационные ряды: понятие, виды. Структурные характеристики вариационного ряда (варианта, частота, частность). Графическое изображение вариационных рядов: полигон, гистограмма, кумулята, огива. Средняя величина варьирующего признака (средняя арифметическая простая; средняя арифметическая взвешенная). Расчет средней арифметической взвешенной в дискретном и интервальном рядах распределения. Расчет средней арифметической «способом моментов». Структурные средние: мода и медиана. Расчет моды и медианы в дискретном и интервальном рядах распределения. Графическое определение моды и медианы в

		дискретном и интервальном рядах распределения. Интерпретация средних величин и их соотношения.
<b>Раздел 2 Тема 3</b>	Статистические показатели измерения вариации рядов распределения.	Измерение вариации признака: назначение показателей. Основные показатели вариации: размах вариации, среднее линейное отклонение, среднее квадратическое отклонение, дисперсия, относительные коэффициенты вариации (коэффициент осцилляции, относительное линейное отклонение, коэффициент вариации). Их возможности и ограничения. Расчет показателей вариации для дискретного ряда. Расчет показателей для интервального ряда. Правило сложения дисперсий. Интерпретация показателей вариации. Значение показателей вариации в исследовании социальных процессов.
<b>Раздел 2 Тема 4</b>	Ряды динамики и их статистические показатели.	Понятие рядов динамики: элементы, правила построения, виды (интервальный и моментный динамические ряды). Понятие уровня ряда. Средняя хронологическая. Специфика ее расчета в моментных и интервальных рядах. Измерение устойчивости в динамике. Показатели устойчивости ряда. Методы расчета аналитических показателей рядов динамики: базисный и цепной. Аналитические показатели рядов динамики: абсолютный прирост, темп (и коэффициент) роста, темп (и коэффициент) прироста. Средний абсолютный прирост, средний темп роста, средний темп прироста: их расчет. Методы выравнивания рядов динамики. Понятие об интерполяции и экстраполяции рядов динамики. Возможности и ограничения метода. Использование показателей динамики в социальных исследованиях.
<b>Раздел 2 Тема 5</b>	Выборочный метод в статистике	Основные понятия выборочного метода: основание выборки, генеральная совокупность, выборочная совокупность, репрезентативность. Способы отбора в выборочную совокупность: повторный и бесповторный отбор. Случайность и равновозможность как основные принципы отбора. Виды выборки по способу формирования, по степени охвата единиц. Понятие многоступенчатой и многофазной выборки. Обобщающие характеристики генеральной и выборочной совокупности: объем генеральной и выборочной совокупности, генеральная и выборочная средние, дисперсии, генеральная и выборочная доли, дополнения к долям, дисперсия альтернативного признака. Средняя и предельная ошибки выборки. Факторы, влияющие на величину случайной ошибки выборки. Расчет ошибок выборки. Расчет доверительного интервала. Расчет объема выборочной совокупности. Распространение результатов выборочного исследования на генеральную совокупность.
<b>Раздел 2 Тема 6</b>	Статистические связи и их показатели	Понятие о функциональной и корреляционной связи. Виды корреляционной связи. Понятие тесноты связи и корреляционного поля. Понятие нулевой гипотезы (о распределении, о зависимости) и ее оценивание. Критерий Хи-квадрат – показатель наличия/отсутствия связи. Расчет критерия Хи-квадрат (эмпирического), оценка его значения (Хи-квадрат теоретический), интерпретация. Показатели тесноты связи (корреляционное отношение $\eta$ , коэффициент Крамера, коэффициент ассоциации, коэффициент

		контингенции, коэффициент Пирсона): особенности использования, процедура расчета, интерпретация значений. Коэффициенты ранговой корреляции (Спирмена, Кендалла): особенности использования, процедура расчета, интерпретация значений. Использование показателей корреляционной связи в практике проведения социальных исследований.
--	--	--

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-1 - Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	3-4 - Процедуры и основные этапы статистического обследования, общестатистические методы и приемы анализа количественной социально-экономической информации

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Статистика

#### Электронные ресурсы (издания)

1. , Салин, В. Н., Шпаковская, Е. П.; Социально-экономическая статистика: практикум : учебное пособие.; Финансы и статистика, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446122> (Электронное издание)
2. ; Теория статистики : учебное пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2011; <http://www.iprbookshop.ru/10868.html> (Электронное издание)
3. Герасименко, , Ю. Л.; Рабочая тетрадь для практической и самостоятельной работы по дисциплине «Статистика» для студентов СПО : учебное пособие.; Университет экономики и управления, Симферополь; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/73269.html> (Электронное издание)
4. Шерстнева, , Г. С.; Социальная статистика : учебное пособие.; Научная книга, Саратов; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/81051.html> (Электронное издание)
5. Дятлов, , А. В.; Методы математической статистики в социальных науках (описательная статистика) : учебник.; Издательство Южного федерального университета, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/87726.html> (Электронное издание)

#### Печатные издания

1. Полякова, В. В.; Прикладная статистика: методы анализа эмпирической информации : учебно-методическое пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2020 (10 экз.)
2. Полякова, В. В.; Основы теории статистики : [учебное пособие для студентов, обучающихся по программе бакалавриата по направлениям подготовки 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление", 38.03.06 "Торговое дело", 39.03.01 "Социология", 39.03.02 "Социальная работа", 41.03.04 "Политология", 43.03.01 "Сервис"].; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2015 (99 экз.)
3. , Елисеева, И. И.; Статистика : учебник для бакалавров.; Юрайт, Москва; 2012 (50 экз.)

### **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

eLibrary ООО Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>

### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. <http://www.rosstat.gov.ru> Федеральная служба государственной статистики.
2. <https://fedstat.ru/organizations> Единая межведомственная информационно-статистическая система
3. <http://ecsocman.hse.ru> Статистические базы данных по российской экономике.
4. <https://trudvsem.ru/czn> Портал работа России
5. <http://www.demoscope.ru> Портал электронного бюллетеня «Население и общество».
6. <http://www.eeg.ru> Портал «Экономическая экспертная группа».
7. <http://www.edu.ru> Портал «Российское образование».

## **3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Статистика**

#### **Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением**

Таблица 3.1

<b>№ п/п</b>	<b>Виды занятий</b>	<b>Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень лицензионного программного обеспечения</b>
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов  Рабочее место преподавателя	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc  Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

		<p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>