

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Минцаев Магомед Шавалович

Должность: Ректор

Дата подписания: 07.09.2023 18:29:27

Уникальный программный ключ:

236bcc35c296f119d6aafdc22836b21db52dbc07971a86865a5825f9fa4304cc

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

имени академика М. Д. Миллионщикова

«УТВЕРЖДАЮ»

Первый проректор

И.Г. Гайрабеков



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«Продуктовая аналитика и анализ потребителей»

Направление подготовки

38.04.05 Бизнес-информатика

Направленность (Профиль)

«Электронный бизнес»

Квалификация

Магистр

Год начала подготовки 2023

Грозный – 2023

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины по выбору «Продуктовая аналитика и анализ потребителей» - погрузить студентов в работу менеджера продукта и продуктового аналитика, на практических задачах научить работать с инструментами – от самых основ до пайплайнов обработки детальных данных о поведении пользователей.

Задачи освоения дисциплины:

- иметь представление о сфере применения бизнес-аналитики и продуктовой аналитики в управлении.
- владеть навыками работы с метриками и системами аналитики.
- Иметь навыки системного продуктового мышления.
- Уметь создавать модель продукта и использовать её для принятия решений.
- Владеть и применять методики управления продуктом, используемых в цифровых компаниях.
- Принимать обоснованные решения в разработке продукта. Выполнять роль Product Owner при работе с командой разработчиков. Создавать пользовательские модели, пользовательские сценарии, бизнес-планы, стратегии ценообразования. Владеть методами визуализации данных в продуктовой аналитике.
- Обладать знаниями о сфере продуктовой аналитики. Формировать траекторию своего профессионального развития.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП

Дисциплина «Продуктовая аналитика и анализ потребителей» входит в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений, и читается в 4 семестре. **Предшествующие дисциплины** – «Введение в машинное обучение и анализ данных». **Последующие дисциплины** – «Google analytics», «Основы бизнес-аналитики»

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)
Общепрофессиональные		

<p>ОПК-4 Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнерами в процессе решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.2 Анализирует предметную область для решения задач профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Знать о сфере применения бизнес-аналитики и продуктовой аналитики в управлении. • Уметь создавать модель продукта и использовать её для принятия решений. Принимать обоснованные решения в разработке продукта. • Владеть навыками работы с метриками и системами аналитики
Профессиональные		
<p>ПК- 1 Способен выявлять бизнес-проблемы или бизнес-возможности</p> <p>ПК-2 Способен проводить исследование и анализ рынка ИКТ и ИС</p>	<p>ПК-1.1 Определяет подходы, к проведению бизнес-анализа</p> <p>ПК-1.2 Разрабатывает план проведения работ, обеспечивает сбор информации, оценку эффективности проводимого в организации бизнес-анализа.</p> <p>ПК-2.1.Управляет исследованиями новых рынков</p> <p>ПК-2.2 Организует исследования мировых практик и процессов в области управления продуктами</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • о сфере продуктовой аналитики. • Формировать траекторию своего профессионального развития. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • правильно анализировать базовые состояния и тенденции развития потребительского поведения, показатели, характеризующие эффективность продвижения проекта. • Создавать пользовательские модели, пользовательские сценарии, бизнес-планы, стратегии ценообразования. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методиками управления продуктами, используемых в цифровых компаниях. • методами визуализации данных в продуктовой аналитике.

4.Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов/ зач.ед.	
	ЗФО	
	2 семестр	
Аудиторные занятия (всего)	18/0,5	
В том числе:		
Лекции	6/0,166	
Практические занятия		
Семинары		
Лабораторные работы	12/0,33	
Самостоятельная работа (всего)	162/4,5	
В том числе:		
Контрольная работа		
Практические работы		
<i>И (или) другие виды самостоятельной работы:</i>		
Индивидуальные задания	36/1	
Подготовка к лабораторным занятиям	36/1	
Подготовка к экзамену	36/1	
Самостоятельное изучение тем	54/1,5	
Вид промежуточной аттестации		
Вид отчетности	Экзамен	
Общая трудоемкость дисциплины	ВСЕГО в часах	180
	ВСЕГО в зач. единицах	5

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Таблица 2

№ п/п	Наименование раздела дисциплины по семестрам	Часы лекционных Занятий ЗФО	Часы лабораторных занятий ЗФО
1.	Обзор проблематики продуктового управления	2	2
2.	Введение в управление продуктом		2
3.	Анализ рынка и конкурентов	2	2
4.	Модель продукта		
6.	Эксперименты в управлении продуктом	2	2
7.	Управление каналами работы со спросом		2
8.	Карьера в продуктовом управлении		2
ВСЕГО ЧАСОВ		6	12

5.2. Лекционные занятия

Таблица 3

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Обзор проблематики продуктового управления	<ul style="list-style-type: none">• Введение в понятия "продукт" и "продуктовое управление".• Задачи менеджера и руководителя продукта.• Место и роль продукта в структуре бизнеса.
2.	Введение в управление продуктом	<ul style="list-style-type: none">• Основные метрики, отличие методов корреляции и причинно-следственной связи.• Основы развития прикладного программного обеспечения.• Базовые метрики для презентации продукта.• Принципы запуска продукта.• Методы оценки результатов после запуска продукта.
3.	Анализ рынка и конкурентов	<ul style="list-style-type: none">• Создание модели для прогнозирования аудитории для оценки улучшений на ключевые метрики.• Разновидности метрик продукта и метрик роста.• Когортный анализ - основа продуктовой аналитики.• Статистическая значимость - применение методов математической статистики на практике для сравнения метрик.
4.	Модель продукта	<ul style="list-style-type: none">• Создание модели продукта для оценка потенциала новой функциональности.• Гипотеза ценности и модель продукта.• Методы и способы устранения замечаний для прогнозирования аудитории для оценки улучшений на ключевые метрики.

5.	Эксперименты в управлении продуктом	<ul style="list-style-type: none"> • Возможность построения гипотезы на основании результатов в процессе проектирования эксперимента. • Качественные методы исследования пользователей для выявления и устранения замечаний. • История создания и развития мобильных коммуникационных систем. • Применение фреймворка для поиска скрытых ценностей продукта. • Отстройка продукта от найденной ценности. • Проверка рискованных гипотез на продукте.
6.	Управление каналами работы со спросом	<ul style="list-style-type: none"> • Прогнозирование ключевых каналов дистрибуции для сервисов. • Тонкости метрики коэффициента окупаемости и применение когортного анализа для этого значения. • Методы и способы анализа целевого рынка. • Покупка трафика в рекламных сетях. • Формирование семантического ядра продукта. • Управление знаниями о продукте и анализ полученных результатов.
7.	Карьера в продуктовом управлении	<ul style="list-style-type: none"> • Как найти свой карьерный путь? • Как построить портфолио продуктов? • Конференции, публикация статей, работа с комьюнити, с чего начать?

5.3. Лабораторные занятия

Таблица 4

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ
1.	Обзор проблематики продуктового управления	Знакомство с Яндекс.Метрика, основные настройки
2.	Введение в управление продуктом	
3.	Анализ рынка и конкурентов	Конкурентный анализ
4.	Модель продукта	Настройка целей в Яндекс. Метрике
5.	Эксперименты в управлении продуктом	Создание Отчетов в Яндекс. Метрике
6.	Управление каналами работы со спросом	Сегменты в яндекс. метрика
7.	Карьера в продуктовом управлении	UTM-метки

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА МАГИСТРАНТА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Самостоятельная работа включает:

- выполнение контрольной работы по выбранной теме;
- самостоятельное изучение тем;
- подготовку к лабораторной работе;
- подготовку к экзамену.

6.1. Индивидуальная работа

Структура контрольной работы:

Контрольная работа выполняется на основе темы и объекта, определенного для магистранта преподавателем:

- Анализ потребительского поведения различных социально-демографических групп.
- Типы поведения потребителей в различных сферах.
- Анализ потребительского рынка товара ... в России.
- Анализ потребительского рынка товара ... в одном из регионов России.
- Сравнение потребителей товара ... в различных городах или регионах России.
- Сегментирование рынка товара ...
- Выделение целевых групп потребителей товара ...
- Описание целевой группы потребителей марки товара ...
- Сравнение потребителей различных марок товара ...

Для следующих рынков «товара ...» (в т.ч. по видам продуктов):

- ресторан
- бытовая техника
- косметика и парфюмерия
- услуги красоты
- компьютеры
- ТВ и радио
- продукты питания
- автомобили
- транспорт и путешествия
- консалтинговые услуги

Структура контрольной работы: *Титульный лист, введение, содержание, основная часть, заключение, список литературы.*

Рекомендуемый объем контрольной работы должен составлять 20-25 страниц.

Титульный лист.

Титульный лист оформляется в соответствии с рекомендациями по подготовке курсовых и дипломных проектов кафедры «Информационные системы в экономике». В обязательном порядке титульный лист подписывается магистрантом, подготовившим контрольную работу и преподавателем, выдавшим тему.

Введение.

Введение является визитной карточкой работы.

В содержании введения необходимо показать актуальность написания данной контрольной работы, степень разработанности выбранной темы в информационных источниках. Заканчивается введение постановкой цели и методами, которые планируется использовать для написания работы. Среди методов можно выделить: участие в научной конференции, реферативный поиск публикаций по заявленной теме, перевод англоязычных статей, изучение учебной литературы и т.д.

Объем введения не больше 1 страницы.

Основная часть контрольной работы.

Основная часть контрольной работы традиционно представляется несколькими разделами, логично выстроенными в работе. Основная часть – это своеобразное «ядро» исследования или информационного поиска. Именно в основной части работы всесторонне и глубоко анализируются все подлежащие изучению проблемы, последовательно и с исчерпывающей полнотой раскрывается заявленная тема.

Заключение.

В заключении должны содержаться основные результаты проведенного поискового исследования, а также выводы, сделанные автором на их основе. Основные результаты и выводы, подводящие итог выполненной работе, следует формулировать сжато, лаконично и аргументировано, избегая обилия общих слов и бездоказательных утверждений. Объем заключения – 1 страница.

6.2. Темы для самостоятельного изучения

1. Поведение потребителей и факторы, влияющие на него.
2. Потребление как процесс принятия решений
3. Характеристики покупателя
4. Воздействие маркетинга на продвижение товаров на рынке
5. Влияние маркетинговых коммуникаций на поведение потребителей
6. Рынок и его сегментирование
7. Поведение предприятий-потребителей.
8. Позиционирование товара
9. Правила написания и презентации маркетингового отчета.

7. Оценочные средства

7.1 Текущий контроль

В качестве оценочных средств текущего контроля используется выполнение и защита лабораторных работ по дисциплине. Защита лабораторной работы – демонстрация результата после выполнения лабораторной работы.

Перечень лабораторных работ:

Лабораторная работа №1. Знакомство с Яндекс.Метрика, основные настройки

Лабораторная работа №2. Конкурентный анализ

Лабораторная работа №3. Настройка целей в Яндекс. Метрике

Лабораторная работа №4. Создание Отчетов в Яндекс. Метрике

Лабораторная работа №5. Сегменты в яндекс. метрика

Лабораторная работа №5. UTM-метки

Образец задания лабораторной работы

Лабораторная работа №1. Знакомство с Яндекс.Метрика, основные настройки

1. Настройка счетчика
2. Проверка кода
3. Поддомены
4. Активация вебвизора
5. Прочие настройки
6. Фильтры

7.3. Вопросы к экзамену.

1. Введение в понятия "продукт" и "продуктовое управление".
2. Задачи менеджера и руководителя продукта.
3. Место и роль продукта в структуре бизнеса.
4. Основные метрики, отличие методов корреляции и причинно-следственной связи.
5. Основы развития прикладного программного обеспечения.
6. Базовые метрики для презентации продукта.
7. Принципы запуска продукта.
8. Методы оценки результатов после запуска продукта.
9. Создание модели для прогнозирования аудитории для оценки улучшений на ключевые метрики.
10. Разновидности метрик продукта и метрик роста.
11. Когортный анализ - основа продуктовой аналитики.
12. Статистическая значимость - применение методов математической статистики на практике для сравнения метрик.
13. Создание модели продукта для оценка потенциала новой функциональности.
14. Гипотеза ценности и модель продукта.
15. Методы и способы устранения замечаний для прогнозирования аудитории для оценки улучшений на ключевые метрики.
16. Возможность построения гипотезы на основании результатов в процессе проектирования эксперимента.
17. Качественные методы исследования пользователей для выявления и устранения замечаний.
18. История создания и развития мобильных коммуникационных систем.
19. Применение фреймворка для поиска скрытых ценностей продукта.
20. Отстройка продукта от найденной ценности.
21. Проверка рискованных гипотез на продукте.
22. Прогнозирование ключевых каналов дистрибуции для сервисов.
23. Тонкости метрики коэффициента окупаемости и применение когортного анализа для этого значения.
24. Методы и способы анализа целевого рынка.
25. Покупка трафика в рекламных сетях.
26. Формирование семантического ядра продукта.
27. Управление знаниями о продукте и анализ полученных результатов.

Образец билета к экзамену

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа "ЗБИН-21м" Семестр "2"
Дисциплина «Продуктовая аналитика и анализ потребителей»
Билет № 10

1. Введение в понятия "продукт" и "продуктовое управление".
2. Качественные методы исследования пользователей для выявления и устранения замечаний.

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

7.4. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания.

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
ОПК-3 Способен принимать решения, осуществлять стратегическое планирование и прогнозирование в профессиональной деятельности с использованием современных методов и программного инструментария сбора, обработки и анализа данных, интеллектуального оборудования и систем искусственного интеллекта					
Знать основные средства и инструменты продвижения и продаж в Интернете, инструменты лидогенерации, SEO-оптимизации, повышения конверсии;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Задания для выполнения лабораторных работ. Билеты к экзамену Задания для самостоятельного выполнения
Уметь делать выбор среди современных инструментов интернет-маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные Умения	

<p>Владеть методами анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете.</p>	<p>Частичное владение навыками</p>	<p>Несистематическое применение навыков</p>	<p>В систематическом применении навыков допускаются пробелы</p>	<p>Успешное и систематическое применение навыков</p>	
<p align="center">ПК-4. Способен позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет</p>					
<p>Знать: – сущность и основные элементы содержания понятия Google Analytics Владеть: способами и механизмами осуществления продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-</p>	<p>Фрагментарные знания</p>	<p>Неполные знания</p>	<p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</p>	<p>Сформированные систематические знания</p>	<p>Задания для выполнения лабораторных работ. Билеты к экзамену Задания для самостоятельного выполнения</p>

телекоммуникационной сети «Интернет»					
Уметь: правильно анализировать базовые состояния и тенденции развития потребительского поведения, показатели, характеризующие эффективность продвижения проекта	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные Умения	
Владеть: способами и механизмами осуществления продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

телекоммуникац ионной сети «Интернет»					
---	--	--	--	--	--

8. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся созданы фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. Форма проведения текущей аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При тестировании для слабовидящих студентов используются фонды оценочных средств с укрупненным шрифтом. На экзамен приглашается сопровождающий, который обеспечивает техническое сопровождение студенту. При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене (или зачете). Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья и обучающиеся инвалиды обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами (программы, учебные пособия для самостоятельной работы и т.д.) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья **по зрению:**

- **для слепых:** задания для выполнения на семинарах и практических занятиях оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом; письменные задания выполняются на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых либо надиктовываются ассистенту; обучающимся для выполнения задания при необходимости предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

- **для слабовидящих:** обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; обучающимся для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; задания для выполнения заданий оформляются увеличенным шрифтом;

2) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья **по слуху:**

- **для глухих и слабослышащих:** обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется

звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; предоставляются услуги сурдопереводчика;

- для **слепоглухих** допускается присутствие ассистента, оказывающего услуги тифлосурдопереводчика (помимо требований, выполняемых соответственно для слепых и глухих);

3) для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих лекции и семинары, проводимые в устной форме, проводятся в письменной форме;

4) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, **имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:**

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата, нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей: письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту; выполнение заданий (тестов, контрольных работ), проводимые в письменной форме, проводятся в устной форме путем опроса, беседы с обучающимся.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. ЛИТЕРАТУРА

1. Энджел Д.Ф., Блэкуэл Р.Д., Миниард П.У. (1999). Поведение потребителей. С-Пб., «Питер». Стр. 38-44, 327-351.
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов [Электронный ресурс]: Образовательный портал. Режим доступа: <http://school-collection.edu.ru/>, свободный (дата обращения: 21.08.2019).
3. Стешин А.И. Информационные системы в маркетинге [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Стешин А.И.— Саратов: Вузовское образование, 2018. — 180 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/79628.html>. — ЭБС «IPRbooks».
4. Кадацкая, Д. В. Основы цифрового маркетинга в период трансформации экономики: учебное пособие / Д. В. Кадацкая. — Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-361-00833-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110192.htm> и
5. Электронный ресурс <https://cloud.yandex.ru/events/356>
6. Дарт Дмитрий//яндекс. Метрика. Полный гайд. 2018 г.
7. oll, A., & Yoskovitz, B. (2013). Lean Analytics : Use Data to Build a Better Startup Faster. O'Reilly Media.
8. Eric Benjamin Seufert. (2014). Freemium Economics : Leveraging Analytics and User Segmentation to Drive Revenue. Morgan Kaufmann.
9. Ulwick, A. W. (2005). What Customers Want : Using Outcome-driven Innovation to Create Breakthrough Products and Services. McGraw-Hill Professional.

9.2. Методические указания для освоения дисциплины (Приложение)

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

10.1 Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий используются возможности мультимедийного оборудования, установленного в аудитории Университета и сети Интернет.

Лекционная аудитория, оснащенная компьютером, видеопроекционным оборудованием, в том числе для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном. Мультимедийные средства и другая техника для презентаций учебного материала, современные лицензионные компьютерные программы (MS Excel, MS Word) для оформления расчетов экономической эффективности информационных систем, справочно-правовые системы, Интернет.

Аудитория для выполнения лабораторных работ, оснащена 15 ПК, с установленным офисным ПО и подключением к сети Интернет.

В качестве основного программного продукта при проведении лабораторных работ по дисциплине используется онлайн-система Яндекс. Метрика

10.2. Помещения для самостоятельной работы

Помещение для самостоятельной работы (Главный учебный корпус ФГБОУ ВО «Грозненский государственный нефтяной технический университет» 364902, Чеченская республика, г. Грозный, проспект им. Х.А. Исаева, 100. Аудитория оснащена необходимой компьютерной техникой, в наличии есть необходимое ПО: WinPro 10 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; Яндекс. Метрика.

Методические указания по освоению дисциплины «Продуктовая аналитика и анализ потребителей»

1. Методические указания для обучающихся по планированию и организации времени, необходимого для освоения дисциплины.

Изучение рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой дисциплины, ее структурой и содержанием разделов (модулей), фондом оценочных средств, ознакомиться с учебно-методическим и информационным обеспечением дисциплины.

Дисциплина «**Продуктовая аналитика и анализ потребителей**»

» состоит из 7 связанных между собой тем, обеспечивающих последовательное изучение материала.

Обучение по дисциплине «**Продуктовая аналитика и анализ потребителей**» осуществляется в следующих формах:

1. Аудиторные занятия (лекции и лабораторные занятия).
2. Самостоятельная работа студента (подготовка к лабораторным занятиям, индивидуальная работа, подготовка к экзамену, самостоятельно изучение тем).
3. Интерактивные формы проведения занятий (лекция).

Учебный материал структурирован и изучение дисциплины производится в тематической последовательности. Каждому практическому занятию и самостоятельному изучению материала предшествует лекция по данной теме. Обучающиеся самостоятельно проводят предварительную подготовку к занятию, принимают активное и творческое участие в обсуждении теоретических вопросов, разборе проблемных ситуаций и поисков путей их решения. Многие проблемы, изучаемые в курсе, носят дискуссионный характер, что предполагает интерактивный характер проведения занятий на конкретных примерах.

Описание последовательности действий обучающегося:

При изучении курса следует внимательно слушать и конспектировать материал, излагаемый на аудиторных занятиях. Для его понимания и качественного усвоения рекомендуется следующая последовательность действий:

1. После окончания учебных занятий для закрепления материала просмотреть и обдумать текст лекции, прослушанной сегодня, разобрать рассмотренные примеры (10 – 15 минут).
2. При подготовке к лекции следующего дня повторить текст предыдущей лекции, подумать о том, какая может быть следующая тема (10 - 15 минут).
3. В течение недели выбрать время для работы с литературой в библиотеке (по 1 часу).
4. При подготовке к практическому занятию повторить основные понятия по теме, изучить примеры. Решая конкретную ситуацию, - предварительно понять, какой теоретический материал нужно использовать. Наметить план решения, попробовать на его основе решить 1 - 2 практические ситуации.

2. Методические указания по работе обучающихся во время проведения лекций.

Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Для студентов в большинстве случаев в проблемном стиле. Проблемный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию.

Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления, или процессов, выводы и практические рекомендации.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает преподаватель, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями

«важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

Работая над конспектом лекций, необходимо использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал преподаватель. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Тематика лекций дается в рабочей программе дисциплины.

3. Методические указания обучающимся по подготовке к лабораторным занятиям

На лабораторных занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике занятий.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к лабораторным и практическим занятиям:

1. Ознакомление с планом занятия, который отражает содержание предложенной темы;
2. Проработать конспект лекций;
3. Прочитать основную и дополнительную литературу.

В процессе подготовки к лабораторным занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов отношение к конкретной проблеме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса;

4. Ответить на вопросы плана лабораторного занятия;
5. Выполнить домашнее задание;
6. Проработать тестовые задания и задачи;
7. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, выступать и участвовать в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильно выполнять практические задания и иные задания, которые даются в фонде оценочных средств дисциплины.

4. Методические указания обучающимся по организации самостоятельной работы.

Цель организации самостоятельной работы по дисциплине «**Продуктовая аналитика и анализ потребителей**» — это углубление и расширение знаний в области технических наук; формирование навыка и интереса к самостоятельной познавательной деятельности.

Самостоятельная работа обучающихся является важнейшим видом освоения содержания дисциплины, подготовки к практическим занятиям и к контрольной работе. Сюда

же относятся и самостоятельное углубленное изучение тем дисциплины. Самостоятельная работа представляет собой постоянно действующую систему, основу образовательного процесса и носит исследовательский характер, что послужит в будущем основанием для написания выпускной квалификационной работы, практического применения полученных знаний.

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению, с учетом потребностей и возможностей личности.

Правильная организация самостоятельных учебных занятий, их систематичность, целесообразное планирование рабочего времени позволяет студентам развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивать высокий уровень успеваемости в период обучения, получить навыки повышения профессионального уровня.

Подготовка к лабораторному занятию включает, кроме проработки конспекта и презентации лекции, поиск литературы (по рекомендованным спискам и самостоятельно), подготовку заготовок для выступлений по вопросам, выносимым для обсуждения по конкретной теме. Такие заготовки могут включать цитаты, факты, сопоставление различных позиций, собственные мысли. Если проблема заинтересовала обучающегося, он может подготовить реферат и выступить с ним на практическом занятии.

При подготовке к контрольной работе обучающийся должен повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, используя конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. При необходимости можно обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

Самостоятельная работа реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий - на лекциях, лабораторных занятиях;
- в контакте с преподавателем вне рамок расписания - на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.
- в библиотеке, дома, на кафедре при выполнении обучающимся учебных и практических задач.

Виды СРС и критерии оценок

(по балльно-рейтинговой системе ГГНТУ, СРС оценивается в 15 баллов)

1. Индивидуальная работа

Темы для самостоятельной работы прописаны в рабочей программе дисциплины. Эффективным средством осуществления обучающимся самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем.

Составитель:

Ст. преподаватель каф. «ИСЭ»



/Говсултанова С/ В..

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей каф. «ИСЭ»



/Магомаева Л.Р./

Директор ДУМР



/Магомаева М.А./