

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
"Ивановский государственный политехнический университет"**

УТВЕРЖДАЮ

Директор института _____

_____ 2026 г.

Методы и средства разработки и продвижения цифрового продукта

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	ИТиС (Информационных технологий и сервиса)		
Учебный план	09.03.02 Информационные системы и технологии		
Направленность (профиль)	Дизайн и продвижение цифрового продукта		
Квалификация	бакалавр		
Форма обучения	очная		
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	128	Виды контроля в семестрах: экзамен, 8 семестр	
в том числе:			
аудиторные занятия	30		
самостоятельная работа	66		
часов на контроль	32		

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	8		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Вид занятий				
Лекции	18	18	18	18
Лабораторные	12	12	12	12
Итого ауд.	30	30	30	30
Контактная работа	30	30	30	30
Сам. работа	66	66	66	66
Часы на контроль	32	32	32	32
Итого	128	128	128	128

Программу составил(и):

Арбузова А.А., доцент, _____

Рецензент(ы):

Алешина Д.А., доцент, _____

Рабочая программа дисциплины

Методы и средства разработки и продвижения цифрового продукта

Разработана в соответствии с ФГОС ВО

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии, утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 926 от 19.09.2017

составлена на основании учебного плана

09.03.02 Информационные системы и технологии

утвержденного ученым советом вуза от 26.03.2026 протокол №6

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

ИТиС (Информационных технологий и сервиса)

Зав. кафедрой Арбузова А.А. _____

Согласовано

Зав. выпускающей кафедрой ИТиС Арбузова А.А. _____

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Цели:	Формирование у обучающихся знаний и практических навыков в области проектирования цифрового продукта, анализа бизнес-процессов заказчика, построения пользовательского пути, оценки поведения пользователей и совершенствования цифрового продукта на основе аналитических данных.
Задачи:	Освоить методы сбора и анализа исходных данных о бизнес-процессах заказчика и требованиях к цифровому продукту. Научиться проектировать пользовательский путь, сценарии взаимодействия и модели работы цифрового продукта. Сформировать навыки анализа пользовательского поведения, оценки эффективности интерфейса и принятия решений по улучшению продукта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.16
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
	Дисциплина «Методы и средства разработки и продвижения цифрового продукта» изучается в 8 семестре. К «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося, необходимым для успешного освоения данной дисциплины относятся знания, умения и готовности, сформированные при изучении таких дисциплин как «Дизайн цифровых продуктов», «Цифровое дизайн-проектирование», «Искусственный интеллект в дизайне», «Визуальные коммуникации и прикладной дизайн», «Маркетинг социальных сетей и веб-райтинг», «Медиастратегия и цифровой маркетинг».
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
	Содержание дисциплины является основой для изучения таких дисциплин как «Производственная практика (преддипломная)», «Выполнение и защита выпускной квалификационной работы».

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ	
ПК-3:Способен разрабатывать модели бизнес-процессов заказчика в рамках проекта создания (модификации) информационной системы	
ПК-3.1. Сбор исходных данных у заказчика ИС о его бизнес-процессах в рамках проекта создания (модификации) ИС	
ПК-3.2. Разработка модели бизнес-процессов заказчика ИС в рамках проекта создания (модификации) ИС	
ПК-9:Способен осуществлять анализ данных о действиях пользователя при работе с интерфейсом	
ПК-9.1. Анализ статистических данных о взаимодействии пользователя с интерфейсом	
В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:	
Знать:	Принципы проектирования цифрового продукта и организации бизнес-процессов заказчика. Методы анализа пользовательского поведения и оценки взаимодействия с интерфейсом. Подходы к улучшению цифрового продукта на основе статистических и аналитических данных.
Уметь:	Собирать исходные данные о бизнес-процессах заказчика и выявлять требования к цифровому продукту. Разрабатывать модели пользовательского пути и логики взаимодействия с интерфейсом. Анализировать данные о действиях пользователей и предлагать решения по улучшению продукт
Владеть:	Навыками моделирования бизнес-процессов и клиентского пути. Навыками проектирования логики цифрового продукта и сценариев взаимодействия. Навыками анализа статистики пользовательского поведения и оценки эффективности интерфейса.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Примечание
Раздел 1. Разработка цифрового продукта Тема 1. Цифровой продукт и его структура Тема 2. Сбор требований заказчика и анализ бизнес-процессов Тема 3. Моделирование бизнес-процессов цифрового продукта Тема 4. Customer Journey Map и путь пользователя Тема 5. Сценарии взаимодействия с интерфейсом и логика продукта			
/Лек/	8	8	
/Лаб/	8	4	
/СР/	8	33	
Раздел 2. Продвижение цифрового продукта Тема 1. Глубокие воронки продаж и продуктовые автоворонки Тема 2. Многоступенчатый прогрев, удержание и повторные продажи Тема 3. Контентные системы, контентные цепочки и сериальный подход Тема 4. Продуктовые лид-магниты, трипваеры и продуктовая линейка Тема 5. Автоматизация продаж: чат-боты, Senler, Telegram-боты, рассылки Тема 6. Масштабирование digital-продукта и управление трафиком			
/Лек/	8	10	
/Лаб/	8	8	
/СР/	8	33	
/Эк/	8	32	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В рамках внутренней системы оценки качества подготовки для текущего контроля и промежуточной аттестации в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся (очной формы обучения). В рамках внутренней системы оценки качества подготовки для текущего контроля и промежуточной аттестации в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся (очной формы обучения). С целью формирования и развития заявленных компетенций используются различные образовательные технологии: традиционные, информационные, интерактивное обучение, электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
Оценочное средство № 1. Устный опрос. 1. Что такое цифровой продукт? 2. Что включает структура цифрового продукта? 3. Для чего проводится сбор требований заказчика? 4. Что такое бизнес-процесс цифрового продукта? 5. Что такое Customer Journey Map (CJM)? 6. Что такое пользовательский сценарий? 7. Что такое воронка продаж digital-продукта? 8. Что такое лид-магнит? 9. Что такое трипваер? 10. Для чего нужен прогрев аудитории? 11. Что такое продуктовая линейка? 12. Для чего используются чат-боты и рассылки? 13. Что такое удержание клиента? 14. Что такое повторные продажи? 15. Как определяется эффективность цифрового продукта? Оценочное средство №2. Индивидуальное задание. Задание: разработать модель цифрового продукта и систему его продвижения. Примерные темы 1. Разработка и продвижение онлайн-курса 2. Продвижение образовательной платформы 3. Разработка digital-продукта для фитнес-студии 4. Продвижение интернет-магазина 5. Разработка системы продвижения личного бренда эксперта 6. Продвижение Telegram-канала 7. Продвижение медицинского центра 8. Разработка digital-продукта для школы иностранных языков 9. Продвижение ресторана с онлайн-заказом 10. Разработка системы продвижения психолога 11. Продвижение сервиса онлайн-записи 12. Разработка digital-продукта для юридических услуг 13. Продвижение локального бизнеса 14. Разработка системы повторных продаж для онлайн-школы

15. Продвижение экспертного блога и консультационных услуг

Вопросы к экзамену:

1. Что такое цифровой продукт?
2. Какие элементы включает структура цифрового продукта?
3. Для чего проводится сбор требований заказчика?
4. Что такое бизнес-процесс цифрового продукта?
5. Что такое Customer Journey Map (CJM)?
6. Что такое пользовательский сценарий?
7. Что такое воронка продаж digital-продукта?
8. Что такое лид-магнит?
9. Что такое трипваер?
10. Что такое основной продукт в продуктовой линейке?
11. Для чего нужен прогрев аудитории?
12. Что такое продуктовая линейка?
13. Для чего используются чат-боты и рассылки?
14. Что такое удержание клиента?
15. Что такое повторные продажи?
16. Что такое автоматизация продаж?
17. Как определяется эффективность цифрового продукта?
18. Какие метрики используются для анализа digital-продукта?
19. Для чего проводится анализ поведения пользователей?
20. Как улучшить цифровой продукт на основе аналитики?

ФОС по дисциплине представлен в ПРИЛОЖЕНИИ к РПД.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1 Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие, назначение, ссылка	Издательство, год
Л1.1	Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин	Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: учебник. , ,	Москва: Дашков и К, 2017,

7.1.2 Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, назначение, ссылка	Издательство, год
Л2.1	Э. Н. Бердникова, К. Н. Маркина, Е. Ю. Колобова, М. В. Рубцова	Интернет-продвижение медиапродукта: учебное пособие,, ,	Санкт-Петербург: СПбГИКиТ, 2025,

7.1.3 Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие, назначение, ссылка	Издательство, год
Л3.1	С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина	Медиаарилейшнз и медиапланирование: учебное пособие, , ,	Москва: ФЛИНТА, 2021,

7.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

E-learning Портал электронного образования ИВГПУ: <https://moodle.ivgpu.ru/>

7.3. Информационное обеспечение дисциплины

7.3.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

	Microsoft PowerPoint, Microsoft Excel, Microsoft Word, Figma, Яндекс Метрика, VK Реклама, Senler, TargetHunter, TGStat, Yandex Forms.
--	---

7.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

7.3.2.1	ЭБС издательства "Лань", https://e.lanbook.com/
7.3.2.2	Электронная библиотека ИВГПУ, https://lib.ivgpu.ru/
7.3.2.3	ЭБС "Университетская Библиотека Онлайн", https://biblioclub.ru

8. МТО (ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ)

Помещения для проведения контактных видов занятий, оснащены техническим оборудованием (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал библиотеки ИВГПУ) оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет", с обеспечением доступа в локальную сеть и предназначенные для работы в электронной информационно-образовательной среде – «Цифровой Политех» (<https://ivgpu.ru/eios>).

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Самостоятельная работа обучающегося складывается из самостоятельной работы на аудиторных занятиях и подготовки к занятиям во внеаудиторное время. Для самоподготовки к каждому аудиторному занятию предусматривается проработка темы занятия по учебной литературе. При самостоятельной подготовке к занятиям обучающийся может получить необходимую ему консультацию у преподавателя. На аудиторном занятии обучающиеся самостоятельно под контролем преподавателя выполняют индивидуальные задания в соответствии с учебными целями занятия.

10. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ООП ВО ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

Преподавание дисциплины должно учитывать особенности познавательной деятельности и личностной особенности обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов (по возможности на лекциях, семинарах, лабораторных работах и т.д.). Учет особенностей обучающихся с инвалидностью в полной мере проявляется на предусмотренных для таких обучающихся индивидуальных консультациях по дисциплине.

Необходимо во время преподавания в общей группе учитывать реальные возможности лиц с ОВЗ и инвалидов. Коррекция методики преподавания для данной группы лиц возможна на индивидуальных занятиях. Преподаватель должен учитывать физиологические особенности обучаемого и разработать рекомендации и приемы выполнения поставленной задачи индивидуально. Возможен подбор индивидуального задания с коррекцией уровня сложности выполняемого задания.

Специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций, осуществляющих образовательную деятельность, и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Необходимо учитывать тот факт, что обучающиеся не всегда имеют физическую возможность посещать занятия. Поэтому целесообразно разрабатывать дистанционную информационную поддержку процесса обучения. Таким средством могут являться обучающие компьютерные фильмы по данной дисциплине, презентации, которые обучающийся может просматривать дома в комфортной среде и без лимита времени.

Обучающиеся из числа лиц с ОВЗ и инвалидов обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

При проведении занятий в компьютерных лабораториях целесообразно использовать проектор для наиболее удобного размещения обучающегося с ОВЗ при изложении материала занятия.