

Дисциплина «Анализ и моделирование пользовательского поведения»

Данная дисциплина опирается на дисциплины «Современные методы анализа данных», «Современные методы принятия решений» и направлена на углубленное изучение современных методов анализа и моделирования поведения пользователей в сложных системах.

Целью дисциплины является получение студентами навыков использования как традиционных методов пользовательской аналитики, применяемых в человеко-машинном взаимодействии, так и новых, включающих социально-сетевой анализ, А-В и многомерное тестирование, мультивариантное тестирование и Multi armed bandit algorithm в оптимизации массовых сервисов, методы интеллектуального анализа логов и процессов, архитектура систем предсказательной (предиктивной) аналитики и управления операционными решениями, а также и лабораторные методы, включая eye-tracking.

Акцент делается на интеграции методов и увязывании аналитики не только с локальными целями usability, но и с бизнес-целями на основе математических моделей жизненного цикла сервисов. Рассматриваются модели информационного поведения и поиска в сложных коллаборативных системах.

Курс включает сквозной компьютерный практикум.

Основная литература

1. Beasley, Michael. 2013. *Practical Web Analytics for User Experience: How Analytics Can Help You Understand Your Users*. 1 edition. Amsterdam ; Boston: Morgan Kaufmann.
2. Duchowski, Andrew T. 2017. *Eye Tracking Methodology: Theory and Practice*. 3rd ed. 2017 edition. New York, NY: Springer.
3. Olson, Judith S., and Wendy A. Kellogg, eds. 2014. *Ways of Knowing in HCI*. 2014 edition. Springer.
4. Goodman, Elizabeth, Mike Kuniavsky, and Andrea Moed. 2012. *Observing the User Experience, Second Edition: A Practitioner's Guide to User Research*. 2 edition. Amsterdam ; Boston: Morgan Kaufmann.

Дополнительная литература

5. Hansen, Preben, Chirag Shah, and Claus-Peter Klas, eds. 2015. *Collaborative Information Seeking: Best Practices, New Domains and New Thoughts*. 1st ed. 2015 edition. Springer.
6. Ford, Nigel. 2015. *Introduction to Information Behaviour*. London: Facet Publishing.
7. Morville, Peter. 2005. *Ambient Findability: What We Find Changes Who We Become*. 1 edition. Beijing ; Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
8. Aalst, Wil M. P. van der. 2011. *Process Mining: Discovery, Conformance and Enhancement of Business Processes*. 2011 edition. Berlin: Springer.
9. Aalst, Wil M. P. van der. 2016. *Process Mining: Data Science in Action*. 2nd ed. 2016 edition. New York, NY: Springer.
10. Case, Donald O. 2016. *Looking for Information: A Survey of Research on Information Seeking, Needs, and Behavior: 4th Edition*. Edited by Lisa M. Given. 4th New edition edition. Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited.
11. Kaushik, Avinash. 2009. *Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity*. 1 edition. Indianapolis, IN: Sybex.

