



Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Программа дисциплины «Исследования в Интернет (Research in Internet)
для направления 38.04.05 «Бизнес-информатика» для магистерской программы «Электронный бизнес»

Правительство Российской Федерации

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»**

**Факультет Бизнеса и Менеджмента
Школа Бизнес-информатики
Кафедра инноваций и бизнеса в сфере информационных технологий**

**Программа дисциплины
«Исследования в Интернет (Studies on the Internet)»**

для направления 38.04.05. «Бизнес-информатика» для магистерской программы «Электронный бизнес»

Разработчик программы:
Царев Г.Г., gtsarev@hse.ru
Комаров М.М., mkomarov@hse.ru

Одобрена на заседании кафедры
Инноваций и бизнеса в сфере ИТ
Зав. кафедрой Мальцева С.В.

«__» _____ 2018 г.

Утверждена академическим советом образовательной программы «Электронный бизнес»
«__» _____ 2018 г.

Академический руководитель Комаров М.М.

Москва, 2018



Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов направления 38.04.05 «Бизнес-информатика» подготовки магистра, обучающихся по магистерской программе «Электронный бизнес».

Программа разработана в соответствии:

- с образовательным стандартом Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», уровень подготовки: магистр
- рабочим учебным планом университета по направлению 38.04.05 «Бизнес-информатика» подготовки магистра для магистерской программы «Электронный бизнес»

1 Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является приобретение комплекса теоретических знаний и методологических основ в области проведения исследований в Интернете (этапы исследования, основные источники, инструменты, методы, структура отчета об исследовании, презентация результатов), а также практических навыков, необходимых для квалифицированного проведения исследований в интересах компаний (прежде всего компаний электронного бизнеса).

Ключевыми областями в рамках курса являются: классификация исследований, структура исследований, методы исследований, инструменты исследований, представление данных исследований.

2 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

- знать классификацию исследований, структуру исследований различных видов, основные методы и инструменты исследований;
- уметь определять цели и задачи исследований в соответствии с задачами электронного бизнеса;
- иметь навыки (приобрести опыт) подготовки исследований в Интернете и презентации полученных результатов.



В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

| Компетенция | Код по ОС НИУ | Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата) | Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции |
|---|---------------|---|---|
| Способен создавать новые теории, изобретать новые способы и инструменты профессиональной деятельности | УК-2 | Демонстрирует | Лекции, практические занятия, выполнение текущих и домашних заданий |
| Способен анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию | УК-6 | Демонстрирует | Лекции, практические занятия, выполнение текущих и домашних заданий |
| Способен находить нестандартные решения для учета конкретных условий выполняемых задач и разработки инновационных решений при управлении проектами и процессами в сфере ИКТ | ОПК-2 | Демонстрирует | Лекции, практические занятия, выполнение текущих и домашних заданий |
| Способен проводить исследования, организовывать самостоятельную и коллективную научно-исследовательскую работу для поиска и выработки новых решений в области ИКТ | ОПК-5 | Владеет и применяет | Лекции, практические занятия, выполнение текущих и домашних заданий |
| Способен проводить аналитические и поисковые исследования в сфере экономики, управления и ИКТ для выявления продуктовых, технологических, организационных, маркетинговых инновации. | ПК-11 | Владеет и применяет | Лекции, практические занятия, выполнение текущих и домашних заданий |
| Способен разрабатывать и внедрять компоненты архитектуры предприятия, разрабатывать рекомендации по их внедрению и эксплуатации | ПК-9 | Владеет и применяет | Лекции, практические занятия, выполнение текущих и домашних заданий |
| Способен проводить исследования и поиск новых моделей и методов совершенствования архитектуры предприятия | ПК-10 | Владеет и применяет | Лекции, практические занятия, выполнение текущих и домашних заданий |
| Способен отбирать новшества в сфере ИКТ, формировать и обосновывать предложения по созданию продуктов и услуг на их основе, разрабатывать стратегию и планы реализации инноваций на их основе | ПК-16 | Владеет и применяет | Лекции, практические занятия, выполнение текущих и домашних заданий |



| | | | |
|--|-------|---------------------|---|
| Способен совершенствовать, развивать и преобразовывать архитектуру предприятия на основе внедрения инноваций в сфере ИКТ | ПК-17 | Владеет и применяет | Лекции, практические занятия, выполнение текущих и домашних заданий |
|--|-------|---------------------|---|

3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Для студентов направления «Бизнес-информатика» в рамках магистерской программы «Электронный бизнес» настоящая дисциплина является дисциплиной по выбору.

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны знать

- Цели и основные задачи компаний электронного бизнеса;
- Основные методы статистической обработки данных;
- Основные методы визуализации данных.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- «Управление электронным предприятием»
- «Мобильная коммерция»
- при написании выпускной квалификационной работы, подготовке научных статей, докладов, презентаций исследовательских работ, в практической и исследовательской деятельности.

4.1. Новизна курса

В ведущих европейских и американских университетах, где есть факультеты бизнес-информатики (Университет Цюриха, Университет Калифорнии в Ирвине, Университет Северного Кентукки, Европейский Университет Виадрина, Немецкий университет в Каире) дисциплина «Исследования в Интернет» не преподается. В программах этих вузов основное внимание уделено классическим курсам – анализ сетей, искусственный интеллект, инженерия программного обеспечения.

В Европейском университете Виадрина (Франкфурт-на-Одере) есть курсы по выбору Business Intelligence (статистические методы для бизнес-задач (Supply chain management, customer relationship management, balanced scorecard) с источником данных в информационных системах) и Knowledge Management.

В Университете Калифорнии в Ирвине есть курсы, посвященные исследованиям в информационных системах – Qualitative Research Methods in Information Systems (Informatics 203), Quantitative Research Methods in Information Systems (Informatics 205 or Social Science 201A and 201B) и методологии исследований в информатике (Research Methodology for Informatics), однако комбинированного курса, который бы рассматривал Интернет как источник информации к которому можно применять качественные и количественные методы, нет..

Таким образом, курс «Исследования в Интернет» является уникальным и представляет инновационный блок дисциплин, которому уделяется внимание в НИУ ВШЭ.

4 Тематический план учебной дисциплины

| № | Название раздела | Всего часов | Аудиторные часы | | | Самостоятельная работа |
|----|----------------------------|-------------|-----------------|----------|----------------------|------------------------|
| | | | Лекции | Семинары | Практические занятия | |
| 1. | Classification of research | 14 | 2 | 2 | | 10 |



| | | | | | | |
|--------------------|---|------------|-----------|-----------|--|------------|
| 2. | Mathematical fundamentals of research | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 3. | World and Russian Internet audience | 20 | 2 | 4 | | 14 |
| 4. | Main World and Russian Internet trends | 20 | 2 | 4 | | 14 |
| 5. | Marketing research | 22 | 4 | 4 | | 14 |
| 6. | Application of research in Internet in E-business | 22 | 4 | 4 | | 14 |
| 7. | Methods of research in Internet | 22 | 4 | 4 | | 14 |
| 8. | Internet tools for collecting data for research | 22 | 4 | 4 | | 14 |
| 9. | Processing and presentation data of research | 18 | 2 | 4 | | 12 |
| 10. | Application of decision theory in research | 16 | 2 | 4 | | 10 |
| Итого часов | | 190 | 28 | 36 | | 126 |

5 Формы контроля знаний студентов

| Тип контроля | Форма контроля | 1 год | | | Параметры |
|-------------------|--------------------------------|-------|---|---|---|
| | | 2 | 3 | 4 | |
| Текущий (неделя) | Домашнее задание | 4 | 4 | 4 | Записка объемом до 1 стр., защита в виде презентации -7-10 слайдов, оценка результатов 2 недели |
| Итоговый (неделя) | Итоговая работа (исследование) | | | 8 | Итоговая работа (исследование), объем 20-30 страниц |

5.1 Критерии оценки знаний, навыков

Студент должен продемонстрировать знание разделов дисциплины и способность представить результаты выполнения домашних заданий и качественную итоговую работу (исследование) на выбранную тему в соответствии с требуемыми компетенциями.

Оценки по всем формам текущего контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

6 Содержание дисциплины

Раздел 1: Classification of research

- What is research?
- Data and information
- Research subject, object, aim and tasks
- Classification (quantitative, qualitative, mixed research)

Раздел 2: Mathematical fundamentals of research

- Population and sample
- Representative value
- Types of measurement scales



Раздел 3: World and Russian Internet audience

- a. World Internet audience – volume, Internet penetration, main characteristic
- b. Russian Internet audience – volume, Internet penetration, main characteristic

Раздел 4: Main World and Russian Internet trends

- a. Dynamic of growth
- b. Evolution of Internet content consuming

Раздел 5: Marketing research

- a. What is marketing research?
- b. Types of marketing research
- c. Goals of marketing research
- d. Internet is the most powerful of research tools

Раздел 6: Application of research in Internet in E-business

Digital, programmatic, mobile.

- a. Research data in e-business management
- b. Audience research
- c. Competitors research
- d. Product research
- e. Ad optimization research

Раздел 7: Methods of research in Internet

- a. Focus groups
- b. Interviews
- c. Web-based research

Раздел 8: Internet tools for collecting data for research

- a. Search engines
- b. Survey services



- c. Site analytical tools
- d. Mobile apps analytical tools

Раздел 9: Processing and presentation data of research

- a. Data slices
- b. Data aggregation and consolidation
- c. Types of graphics
- d. OLAP cubes
- e. Presentation instruments

Раздел 10: Application of decision theory in research

- a. What is decision theory?
- b. Types of decisions
- c. Correlation between data visualization and decisions

Количество часов аудиторной работы – 64 часа.

Общий объем самостоятельной работы – 126 часов.

Формы и методы проведения практических занятий по разделу, применяемые учебные технологии: презентации, обсуждения, рассмотрение кейсов.

7 Образовательные технологии

Образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебной работы: доклады, обсуждения, решение задач, рассмотрение кейсов, презентации, группа в Facebook.

8 Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

8.1 Тематика заданий текущего контроля

Тематика домашнего задания

1. Internet usage in a chosen country
2. Competitive research
3. Using site analytical tools for research

8.2 Вопросы для оценки качества освоения дисциплины

Примерный перечень тем итоговых работ (исследований)

1. Internet companies IPO results
2. Internet projects business models
3. IT startups types and lifecycle



4. Web-developments metrics for Internet startup
5. Content analysis models for Twitter
6. Global and Russian IT market
7. E-Government in Russia (Estonia, Canada, USA, Singapore)
8. Educational online services

9 Порядок формирования оценок по дисциплине

Дисциплина читается во втором, третьем и четвертом модулях. Промежуточный контроль не запланирован. В четвертом модуле предусмотрен итоговый контроль – сдача итоговой работы (исследования).

Формирование оценки по дисциплине, проводится следующим образом.

Формирование накопленной оценки за 2, 3 и 4 модули

На аудиторных занятиях оценивается активность студентов при работе на лекциях и практических занятиях, участие в дискуссиях и обсуждениях заданий, правильность решения поставленных задач.

Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за работу на практических занятиях - *O_{аудиторная}*.

Оценивается самостоятельная работа студентов: правильность выполнения домашних работ, задания для которых выдаются на практических занятиях; полнота освещения темы докладов.

Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за самостоятельную работу – *O_{сам. работа}*.

Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за 2, 3 и 4 модули рассчитывается следующим образом:

$$O_{\text{накопленная за модули}} = 0,3 \cdot O_{\text{аудиторная}} + 0,7 \cdot O_{\text{сам. работа}}$$

Используется арифметический способ округления накопленной оценки.

Формирование результирующей оценки за дисциплину

Результирующая оценка за дисциплину выставляется по следующей формуле:

$$O_{\text{результатирующая итоговая}} = 0,4 \cdot O_{\text{итоговая работа}} + 0,6 \cdot O_{\text{накопленная за модули}}$$

где *O_{итоговая работа}* – оценка за итоговую работу (исследование).

Используется арифметический способ округления результирующей итоговой оценки. В диплом ставится результирующая итоговая оценка.

При сдаче итоговой работы студент может получить дополнительный вопрос (дополнительную практическую задачу), ответ на который оценивается в 1 балл.

10 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

10.1 Базовые учебники

1. Mixed Method Research Design : An Application in Consumer-Brand Relationships
By: Sreejesh, S; Mohapatra, Sanjay; Amboy. Springer International Publishing. ISBN: 978-3-319-02686-2, 978-3-319-02687-9.



10.2 Основная литература

1. Avinash Kaushik, Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity, Wiley, 2010.
2. John Creswell, Research Design: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods Approaches, SAGE.

10.3 Дополнительная литература

1. Internet in numbers magazine (Russia) <http://www.in-numbers.ru/>
2. Techcrunch (U.S.) <http://www.techcrunch.com/>
3. Avinash Kaushik, Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity, Wiley, 2010.
4. John Creswell, Research Design: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods Approaches, SAGE.

10.4 Справочники, словари, энциклопедии

1. TNS: <http://www.tns.com/>
2. Gartner: <http://www.gartner.com/>
3. Nielsen: <http://www.nielsen.com/us/en.html>
4. IDC: <http://www.idc.com/>

10.5 Программные средства

Для подготовки практических задач, докладов и выступлений студентами используется современная учебно-лабораторная база, в том числе:

- стандартные пакеты прикладных программ офисного назначения, в том числе:
 - информационные системы подготовки текстов (Microsoft Word);
 - системы электронных таблиц (Microsoft Excel);
 - системы подготовки презентаций (Microsoft PowerPoint);

10.6 Дистанционная поддержка дисциплины

В качестве дистанционной поддержки используется группа в Facebook.

11 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Используются ПК/ноутбук и проектор для проведения лекций и практических занятий, техническое оснащение компьютерных классов

Разработчик программы:

_____ Г.Г.Царев

_____ М.М. Комаров