

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 28.11.2024 18:02:01

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«14» апреля 2022 г.

Б1.О.02 МОДУЛЬ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.02.03 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для направления подготовки:

38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий; информационно-аналитический

Направленность (профиль):

«Бренд-менеджмент»


Форма обучения:

очная, очно-заочная

Москва – 2022

Разработчик (и): Попов Владимир Иванович, кандидат физико-математических наук, доцент кафедры гуманитарных и естественнонаучных дисциплин АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«01» марта 2022 г.



(подпись)

/В.И. Попов /

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 970 от 12.08.2020 г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ



(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой
разработчика РПД



(подпись)

/А.Б. Оришев /

Протокол заседания кафедры № 8 от «04» марта 2022 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области современных информационных технологий и систем в маркетинге.

Задачи:

- формирование знаний по информационным технологиям в решении маркетинговых задач;
- формирование умений использования информационных технологий в решении маркетинговых задач и ведение маркетинговых баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- формирование навыков решения маркетинговых задач с использованием информационных технологий и ведение маркетинговых баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- раскрыть возможности применения вычислительной техники в профессиональной деятельности;
- изучение основных теоретических вопросов и рассмотрение существующего российского и зарубежного практического опыта по созданию, функционированию и развитию информационных систем и технологий, используемых в маркетинге.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Обязательная часть.

Модуль: Информационно-аналитических дисциплин.

Осваивается: 3 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-6 - способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения профессиональных задач

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных	ОПК-6.1. Использует принципы работы и достижения современных информационных	Знает: основные принципы работы и достижения современных информационных технологий Умеет: использовать принципы работы и достижения современных

технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	технологий для решения профессиональных задач	информационных технологий для решения профессиональных задач Владеет: навыком использования принципов работы и достижений современных информационных технологий для решения профессиональных задач
--	---	--

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент составляет: 4 зачетные единицы (144 часа).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная
Аудиторные занятия	36	18
<i>в том числе:</i>		
Лекции	18	8
Практические занятия	8	-
Лабораторные работы	10	10
Самостоятельная работа	108	126
<i>в том числе:</i>		
часы на выполнение КР / КП	-	-
Промежуточная аттестация:		
Вид	Зачет – 3 семестр	
Трудоемкость (час.)	-	-
Общая трудоемкость з.е. / часов	4 з.е. / 144 час.	

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов (по формам обучения)							
№	Наименование	Очная				Очно-заочная			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Базовые понятия ИТ в маркетинге	3	-	-	18	2	-	-	21
2	Современное состояние и тенденции развития ИТ в маркетинге	3	-	-	18	2	-	-	21
3	Методы и средства получения,	3	2	2	18	1	-	2	21

Темы дисциплины		Количество часов (по формам обучения)							
№	Наименование	Очная				Очно-заочная			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
	хранения, обработки маркетинговой информации								
4	Автоматизированная информационная система (АИС) маркетинга	3	2	2	18	1	-	2	21
5	Обработка данных средствами MS Excel в командном режиме	3	2	3	18	1	-	3	21
6	Программирование в среде VBA Excel. Решение типовых задач средствами программирования. Программные продукты в маркетинге	3	2	3	18	1	-	3	21
Итого (часов)		18	8	10	108	8	-	10	126
Форма контроля:		зачёт				-	зачёт		-
Всего по дисциплине:		144 / 4 з.е.				144 / 4 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Базовые понятия ИТ в маркетинге

Понятие информации и информационных технологий. Виды информационных технологий. Функциональные области применения информационных технологий.

Тема 2. Современное состояние и тенденции развития ИТ в маркетинге

Современные информационные системы. Виды информационных систем. Комплексные информационные системы и место в них маркетинговой информационной системы. Стратегия развития информационных систем.

Тема 3. Методы и средства получения, хранения, обработки маркетинговой информации

Роль и место информации в маркетинге. Понятие маркетинговой информации. Источники первичной и вторичной информации. Маркетинговые базы данных. Обработка маркетинговой информации.

Тема 4. Автоматизированная информационная система (АИС) маркетинга

Автоматизация. Автоматизированная информационная система. Маркетинговая информационная система и ее автоматизация. Взаимосвязь АИС маркетинга с информационными системами предприятия. Роль АИС маркетинга в бизнесе.

Тема 5. Обработка данных средствами MS Excel в командном режиме

Работа с листами рабочей книги. Работа с формулами и Мастером функций. Анализ данных с использованием логических операторов и функций. Работа с датами и

текстовыми данными. Построение и оформление диаграмм и графиков. Мастер диаграмм. Применение финансово-экономических и статистических функций.

Тема 6. Программирование в среде VBA Excel. Решение типовых задач средствами программирования. Программные продукты в маркетинге

Основные элементы языка VBA. Ввод и вывод данных. Оператор присваивания типа данных. Управляющие операторы. Массивы и пользовательские типы данных. Операторы функций и подпрограмм. Отладка программ. Задачи на линейные, циклические и разветвляющиеся алгоритмы. Задачи на массивы. Сортировка данных. Интернет-технологии в маркетинге. Программные продукты в маркетинговой деятельности. Эффективность информационной системы маркетинга. CRM «Marketing Analytic». CRM GALLOPER. CRM Terrasoft.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Жданов С. А. Информационные системы: учебник / С. А. Жданов, М. Л. Соболева, А. С. Алфимова. – Москва: Прометей, 2015. – 302 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=426722&sr=1
2. Провалов, В. С. Информационные технологии управления : учебное пособие / В. С. Провалов. – 4-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2018. – 374 с. – (Экономика и управление). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=69111>
3. Дрокина К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж. Часть II: учебное пособие / К.В. Дрокина; Южный федеральный университет. - Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2016 – 175 с. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=493030
4. Матвеева Л.Г. Маркетинговые информационные системы: учебное пособие/ Л.Г. Матвеева, А.Ю. Никитаева, О.А. Чернова; Южный федеральный университет.- Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2015. – 224 с. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=461934
5. Информационные системы и технологии управления: учебник для студентов вузов / под ред. Г.А. Титоренко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 591 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=115159
6. Колокольникова А. И. Excel 2013 для менеджеров в примерах: практическое пособие / А. И. Колокольникова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 332 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=275267&sr=1

7. Блюмин А. М. Информационный консалтинг: теория и практика консультирования: [16+] / А. М. Блюмин. – 2-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 363 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573146
8. ИТ-стратегия. Архитектура и стратегия. «Инь» и «янь» информационных технологий / Данилин А.В., Слюсаренко А.И. – М.: НОУ «ИНТУИТ», 2016.- 232 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=428980
9. Развитие информационных технологий / В.И. Кияев, О.Н. Граничин. - М.: НОУ «ИНТУИТ», 2016. – 199с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=428804
10. Ясенев В. Н. Информационные системы и технологии в экономике: учеб. пособие для студентов вузов / В.Н. Ясенев. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 560 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=115182
11. Мансуров Р. Е. Технологии маркетинга: практикум / Р. Е. Мансуров. – Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. – 183 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464468>

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000583293, срок действия по 16.02.2022 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/>- университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций

5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://www.crmonline.ru/> - информационная база независимого онлайн портала CRMonline.ru, предоставляющая данные в области CRM (Customer Relationship Management, – Управление Взаимоотношениями с Клиентами)
10. <https://www.terrasoft.ru/> - сайт компании Террасофт - лидера на российском рынке корпоративного программного обеспечения для управления бизнес-процессами и CRM. Компания является одним из ключевых игроков мирового рынка BPM и CRM
11. <http://www.tern.ru/> - сайт компании «Терн» (компания разрабатывает и внедряет корпоративные аналитические системы, предоставляет технологии Business Intelligence (BI) для решения широкого круга задач в целях укрепления и повышения эффективности бизнеса, используя информационные системы)
12. <https://www.microsoft.com/ru-ru> - официальный сайт компании Microsoft
13. www.gallopercrm.ru - сайт компании Galloper CRM – разработчика системы Galloper CRM для автоматизации отделов продаж
14. <http://www.cnews.ru/> - интернет-портал CNews, посвященный телекоммуникациям, информационным технологиям и программному обеспечению бизнеса (является крупнейшим изданием в сфере корпоративных информационных технологий)

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Кабинет № 409-учебное помещение № I-24 для проведения учебных занятий.

Учебное помещение оборудовано набором демонстрационного оборудования и набором учебно-наглядных пособий в цифровом виде, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины

Учебное помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы - 14 шт.;
5. стулья –28 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.
9. персональные компьютеры - 26шт.

Все компьютеры подключены к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Кабинет № 402- помещение № I-11, для самостоятельной работы.

Помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:

- 1 стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;

3. доска маркерная учебная;
 4. столы – 14 шт.;
 5. стулья – 28 шт.;
 6. акустическая система;
 7. блок управления проекционным оборудованием;
 8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.
 9. персональные компьютеры - 26 шт.
- Все компьютеры подключены к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.
- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.
- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором

достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.
- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.
- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

***Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов
по освоению дисциплины***

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

**Б1.О.02.03 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Для направления подготовки:

38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий; информационно-аналитический

Направленность (профиль):

«Бренд-менеджмент»

Форма обучения:

очная, очно-заочная

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Использует принципы работы и достижения современных информационных технологий для решения профессиональных задач	Знает: основные принципы работы и достижения современных информационных технологий Умеет: использовать принципы работы и достижения современных информационных технологий для решения профессиональных задач Владеет: навыком использования принципов работы и достижений современных информационных технологий для решения профессиональных задач

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Не знает: основные принципы работы и достижения современных информационных технологий Не умеет: использовать принципы работы и достижения современных информационных технологий для решения профессиональных задач Не владеет: навыком использования принципов работы и достижений современных информационных технологий для решения профессиональных задач	В целом знает: основные принципы работы и достижения современных информационных технологий, но часто испытывает затруднения В целом умеет: использовать принципы работы и достижения современных информационных технологий для решения профессиональных задач, но часто испытывает затруднения В целом владеет: навыком использования принципов работы и достижений современных информационных технологий для решения профессиональных задач, но часто испытывает	Знает: основные принципы работы и достижения современных информационных технологий, но иногда допускает ошибки Умеет: использовать принципы работы и достижения современных информационных технологий для решения профессиональных задач, но иногда испытывает затруднения Владеет: навыком использования принципов работы и достижений современных информационных технологий для решения профессиональных задач, но иногда испытывает затруднения	Знает: основные принципы работы и достижения современных информационных технологий Умеет: использовать принципы работы и достижения современных информационных технологий для решения профессиональных задач Владеет: навыком использования принципов работы и достижений современных информационных технологий для решения профессиональных задач

	затруднения		
--	-------------	--	--

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример теста:

1. Что включает в себя понятие Информация?

- а) сведения об объектах и явлениях окружающей среды их параметрах, свойствах, состоянии;
- б) сведения о формах представления информации;
- в) совокупность действий для производства материального продукта;
- г) совокупность действий, направленных для достижения поставленной цели.

2. Что представляет собой понятие Информационная технология (ИТ)?

- а) система методов и способов сбора, передачи, накопления, обработки, хранения, представления и использования информации;
- б) система поддержки принятия решений;
- в) способ представления информации клиенту;
- г) система, основанная на использовании искусственного интеллекта.

3. Цель информационной технологии?

- а) производство информации для ее анализа человеком и принятия на его основе решения;
- б) выпуск материального продукта, удовлетворяющего определенным требованиям;
- в) накопление необходимой информации;
- г) выявлять причины отклонения без оценки состояния объекта управления.

4. Какой из компонентов не имеет отношения к производству информационного продукта?

- а) сбыт произведенных материальных продуктов потребителю;
- б) сбор данных и первичной информации;
- в) обработка данных и получение результатов;
- г) передача результатов информации пользователю для принятия на его основе решения.

5. Что представляет собой инструментарий ИТ?

- а) один или несколько взаимосвязанных программных продуктов для определенного типа компьютера;
- б) станки, оборудование, инструменты и т. д.;
- в) целостная технологическая система;
- г) система, использующая компьютерную информационную технологию.

6. Что представляет собой понятие Информационная система (ИС)?

- а) человеко-компьютерная система для поддержки принятия решений и производства программных продуктов, использующая компьютерную информационную технологию;

- б) комплексная программа, трансформирующая опыт экспертов в какой-либо области знаний;
- в) качественно новый метод организации работы человека на ПК;
- г) система, использующая компьютерную Информационную технологию.

7. Для чего используются Информационные технологии поддержки принятия решений?

- а) для аналитической работы;
- б) для решения задач проблемного назначения;
- в) для доступа пользователя к удаленным базам данных;
- г) для решения хорошо структурированных задач.

8. В чем заключается цель информационной технологии поддержки принятия решения?

- а) выработка решения;
- б) сбор первичных данных и обработка информации;
- в) отражение реального мира с помощью каких-либо сведений;
- г) электронная обработка данных.

9. Основные дисциплины, на которые опирается технический подход к анализу информационных систем:

- а) исследование операций;
- б) компьютерные науки;
- в) политические науки;
- г) управленческие науки;
- д) психология.

10. Обосновывают используемое техническое и программное обеспечение:

- а) исследование операций.
- б) компьютерные науки;
- в) политические науки;
- г) управленческие науки.

11. Оптимизацию деятельности информационной системы в целом, синтезируя технические и поведенческие аспекты, рассматривает:

- а) технический подход;
- б) поведенческий подход;
- в) социотехнический подход.

12. Поддерживают функции планирования, контроля и принятия решений, обладают ограниченными аналитическими возможностями:

- а) Системы поддержки принятия решений (СППР);
- б) Автоматизированные системы управления (АСУ);
- в) Экспертные системы, автоматизированные системы проектирования (САПР);
- г) Профессиональные и офисные системы.

13. Обслуживают управленческий уровень в организации:

- а) Системы поддержки принятия решений (СППР);
- б) Автоматизированные системы управления (АСУ);
- в) Экспертные системы, автоматизированные системы проектирования (САПР);
- г) Профессиональные и офисные системы.

14. Способствуют интеграции новых знаний и опыта практической деятельности предприятия:

- а) Системы поддержки принятия решений (СППР);
- б) Автоматизированные системы управления (АСУ);
- в) Экспертные системы, автоматизированные системы проектирования (САПР);
- г) Профессиональные и офисные системы.

15. Обслуживают информационные потребности специалистов в различных областях знаний:

- а) Системы поддержки принятия решений (СППР);
- б) Автоматизированные системы управления (АСУ);
- в) Экспертные системы, автоматизированные системы проектирования (САПР);
- г) Профессиональные и офисные системы.

16. Продуктом функционирования маркетинговой информационной системы являются:

- а) базы данных о состоянии маркетинговой среды предприятия и отчеты маркетинговых исследований;
- б) источники первичной и вторичной информации;
- в) банк методов и моделей;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

17. Потенциальное использование ИТ для противодействия рыночным силам:

- а) снижение цен;
- б) повышение цен;
- в) повышение конкуренции;
- г) формирование барьеров на вход;
- д) улучшение соотношения цена/качество.

18. К какому типу ИС относятся экспертные системы?

- а) к профессиональным информационным системам;
- б) к системам, которые отвечают на вопросы, на которые нельзя получить ответы с помощью других ИС;
- в) к системам поддержки высшего звена управления.

19. Какой уровень управления обслуживают автоматизированные системы управления?

- а) управленческий;
- б) стратегический;
- в) операционный.

20. Целью функционирования маркетинговой информационной системы является:

- а) создание плана маркетинга;
- б) предоставление информации для принятия управленческих решений;
- в) реализация маркетинговой концепции управления предприятием;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

21. Корпоративная информационная система – это..

- а) автоматизированная система управления крупными, территориально рассредоточенными предприятиями;
- б) гипертекстовая база данных;
- в) внутренняя корпоративная сеть.

22. Основные процессы, которые необходимо организовать для функционирования маркетинговой информационной системы:

- а) сбор, переработка, анализ, передача и хранение информации.
- б) принятие решений по управлению предприятием;
- в) принятие решений по управлению маркетингом;
- г) все ответы верны;
- д) правильного ответа нет.

23. Системы поддержки принятия решений решают...

- а) регламентные задачи;
- б) смешанные типы задач;
- в) хорошо структурируемые задачи.

24. Виртуальное рабочее место-это...

- а) рабочее место, найденное по сети;
- б) рабочее место на виртуальном предприятии;
- в) работа на дому по кратковременному договору.

25. При автоматизации деятельности предприятия видеоконференция обеспечивает:

- а) общение сотрудников между собой;
- б) работу с приложениями;
- в) доступ к секретной информации.

Оценка формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

Пример тем для рефератов:

1. Основные функции маркетинга в современной компании.
2. Основные виды корпоративных информационных систем.

3. Влияние социальных сетей и сообществ в интернете на поведение потребителя.
4. Инструментарий анализа маркетинговой информации.
5. Особенности проведения исследований в интернете.
6. Российский рынок информационных систем.
7. Современные концепции маркетинга и ориентации на потребителей.
8. Управление отношениями с клиентами в современной компании.
9. Покупки в интернете: особенности потребительского поведения.
10. Основные тенденции развития Интернет в России. Социальные сети. Блогосфера.
11. Социальные сети и их роль в поведении потребителей.
12. Корпоративные информационные системы (КИС).
13. Концепция бизнес-процессов при внедрении информационных технологий управления.
14. Рынок корпоративных информационных систем в России.
15. Информационные потоки в компании.
16. Инструменты сбора, хранения и обработки информации о рынке.
17. Источники информации о рынке, конкуренции и потребителях.
18. Инструменты анализа маркетинговой информации.

Оценка рефератов производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету:

1. Понятие информации и информационных технологий.
2. Свойства информации. Информационная потребность.
3. Понятие информационной системы маркетинга.
4. Виды информационных технологий.
5. Структура и состав информационной системы маркетинга
6. Функциональные области применения информационных технологий.
7. Современные информационные системы.
8. Характеристика и назначение технических средств информационных систем маркетинга
9. Виды информационных систем.
10. Комплексные информационные системы и место в них маркетинговой информационной системы.
11. Стратегия развития информационных систем.
12. Роль и место информации в маркетинге.
13. Понятие маркетинговой информации.
14. Источники первичной и вторичной информации в маркетинге.
15. Методы получения первичной информации в маркетинге.
16. Маркетинговые базы данных.
17. Обработка маркетинговой информации.
18. Автоматизированная информационная система.
19. Маркетинговая информационная система и ее автоматизация.
20. Взаимосвязь АИС маркетинга с информационными системами предприятия.
21. Роль АИС маркетинга в бизнесе.
22. Программирование в среде VBA Excel.

23. Программные продукты в маркетинге
24. Программные продукты в маркетинговой деятельности.
25. Организация маркетинговых исследований в Интернет.
26. Современное состояние интернет-технологий маркетинга.
27. Эффективность информационной системы маркетинга.
28. Маркетинговая система CRM «Marketing Analytic».

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	Двух- балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	зачтено	1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания.	глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный и ответ на вопросы
Хорошо		2. Аргументированность выводов.	глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допустившим незначительные ошибки
Удовлетворительно		3. Умение перевести теоретические знания в практическую плоскость.	знание основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя, но показавшим знание структуры основного учебно-программного материала.
Неудовлетворительно	Не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, знанием основных методик, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, ответить на вопросы преподавателя.

Разработчик: Попов Владимир Иванович, кандидат физико-математических наук, доцент кафедры гуманитарных и естественнонаучных дисциплин АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры гуманитарных и естественнонаучных дисциплин (протокол № 8 от 04.03.2022 г.).