

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
имени академика М.Д. Миллионщикова**



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины

*«Информационные системы маркетинга»*

**Направление подготовки**

*09.03.03 Прикладная информатика*

**Направленность (профиль)**

*«Прикладная информатика в экономике»*

**Квалификация**

*Бакалавр*

**Год начала подготовки**

*2020*

## 1. Цели и задачи дисциплины

**Целью** дисциплины является изучение тенденций современного рынка и объективных предпосылок автоматизации информационных процессов, усвоение слушателями знаний, дающих возможности ориентироваться в системе информационных технологий в области управления и маркетинга, применять полученные знания в профессиональной деятельности.

**Задачи** дисциплины:

-развить у слушателей навыки, позволяющие им свободно владеть современными технологиями, методами сбора и обработки управленческой и маркетинговой информации при помощи специального программного обеспечения, в том числе применяемого в автоматизированных информационных системах и на автоматизированном рабочем месте руководителя и маркетолога (АРМ);

-дать знания теоретических и методологических основ функционирования информационных систем.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору блока 1 «Часть, формируемая участниками образовательных отношений учебного плана». Для изучения курса требуется знание: «Информатики», «Экономики».

Данный курс, является предшествующей дисциплиной для курсов «Эффективность информационных систем», «Моделирование бизнес-процессов»

## 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Таблица 1

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)
<b>Профессиональные</b>		
<b>ПК-2.</b> Способен разрабатывать и адаптировать прикладное программное обеспечение.	<b>ПК-2.2.</b> Применяет технологии разработки и управления базами данных ИС	<b>знать:</b> современные информационные системы и программные обеспечения. <b>уметь:</b> выбирать современные информационные системы и программные обеспечения при решении задач профессиональной деятельности. <b>владеть:</b> навыками применения современных информационных систем и использование программного обеспечения, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности.
<b>ПК-7.</b> Способен проводить статистический, эмпирический и маркетинговый анализ ИКТ для рационального выбора инструментария автоматизации и информатизации прикладных	<b>ПК-7.1.</b> Использует методы анализа рынка и поставщиков товаров и услуг для создания и ввода ИС в эксплуатацию	<b>знать:</b> как определять первоначальные требования заказчика к автоматизации и информатизации прикладных задач. <b>уметь:</b> проводить статистический, эмпирический и

задач.		маркетинговый анализ ИКТ. <b>владеть:</b> навыками применения маркетингового анализа для решения задач профессиональной деятельности.
--------	--	--

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Вид учебной работы	Всего часов/ зач. ед.		Семестры	
	ОФО	ЗФО	4	6
			ОФО	ЗФО
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>64/1,8</b>	<b>16/0,4</b>	<b>64/1,8</b>	<b>16/0,4</b>
В том числе:				
Лекции	32/0,9	8/0,2	32/0,9	8/0,2
Практические занятия				
Семинары				
Лабораторные работы	32/0,9	8/0,2	32/0,9	8/0,2
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>80/2,2</b>	<b>128/3,6</b>	<b>80/2,2</b>	<b>128/3,6</b>
В том числе:				
Курсовая работа (проект)				
Расчетно-графические работы				
ИТР				
Рефераты	36/1	74/2,1	36/1	74/2,1
Доклады				
Презентации				
<i>И (или) другие виды самостоятельной работы:</i>				
Подготовка к лабораторным работам	36/1	36/1	36/1	36/1
Подготовка к практическим занятиям				
Подготовка к экзамену				
Подготовка к зачету	8/0,2	18/0,5	8/0,2	18/0,5
<b>Вид отчетности</b>	<b>Зачет</b>	<b>Зачет</b>	<b>Зачет</b>	<b>Зачет</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ВСЕГО в часах</b>	<b>144</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
	<b>ВСЕГО в зач. единицах</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Таблица 2

№ п/п	Наименование раздела дисциплины по семестрам	Часы лекционных занятий	Часы лабораторных занятий	Часы лекционных занятий	Часы лабораторных занятий
		ОФО	ОФО	ЗФО	ЗФО
1.	Рынок информационных технологий. Понятие информационной системы маркетинга.	6	6	-	-

2.	Разработка информационных систем	4	4	2	2
3.	Маркетинг программных продуктов и информационных систем на рынке	6	6	2	2
4.	Маркетинговая смесь «Р». Продукт. Характеристика товара «программный продукт»	4	4	2	2
5.	Программные продукты в маркетинге	6	6	2	2
6.	Интернет-технологии как инструмент экономической деятельности	6	6	-	-
	<b>Итого</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>8</b>	<b>8</b>

## 5.2. Лекционные занятия

Таблица 3

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание лекции
1.	<b>Рынок информационных технологий. Понятие информационной системы маркетинга.</b>	1. Информатизация общества. 2. Основные товары и услуги рынка программного обеспечения. 3. Структура и состав информационной системы маркетинга.
2.	<b>Разработка информационных систем.</b>	1. Жизненный цикл информационных систем. 2. Этапы разработки, создания и оптимизация информационных систем. 3. Моделирование бизнес-процессов.
3.	<b>Маркетинг программных продуктов и информационных систем на рынке.</b>	1. Основы маркетинга. 2. Маркетинговая информация. 3. Система планирования маркетинга. 4. Концепция системы маркетинговой информации. 5. Структура информационной системы маркетинга.
4.	<b>Маркетинговая смесь «Р». Продукт. Характеристика товара «программный продукт».</b>	1. Маркетинговая смесь 4 р. 2. Три уровня товара. 3. Характеристика товара «Программный продукт», виды ПО. 4. Характеристики качества ПП.
5.	<b>Программные продукты в маркетинге.</b>	1. Программные продукты в маркетинговой деятельности. 2. Эффективность информационной системы маркетинга. 3. CRM «Marketing Analytic». 4. CRM GALLOPER. CRM Terrasoft.
6.	<b>Интернет-технологии как инструмент экономической деятельности.</b>	1. Технология Интернет в маркетинге. 2. Виртуальное маркетинговое пространство. 3. Электронная коммерция. 4. Платежные системы. 5. Методы Интернет-рекламы.

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Рынок информационных технологий. Понятие информационной системы маркетинга.	<b>Лабораторная работа №1</b> Знакомство с маркетинговыми информационными системами <b>Лабораторная работа №2 (часть 1)</b> Постройте матрицу BCG (управление продуктовым портфелем)
2.	Разработка информационных систем.	<b>Лабораторная работа №2 (часть 2)</b> Проведите прогнозирование объема продаж
3.	Маркетинг программных продуктов и информационных систем на рынке.	<b>Лабораторная работа №3</b> Мониторинг достижения поставленных целей
4.	Маркетинговая смесь «Р». Продукт. Характеристика товара «программный продукт».	<b>Лабораторная работа №4</b> Многомерный факторный анализ Прогнозирование в Excel
5.	Программные продукты в маркетинге.	<b>Лабораторная работа №5</b> Автоматизация планирования бюджета маркетинга
6.	Интернет-технологии как инструмент экономической деятельности.	<b>Лабораторная работа №6</b> Анализ конкурентоспособности компании

### 6. Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Интернет маркетинг»

#### Вопросы для самостоятельной работы:

1. Сущность и назначение маркетинговых информационных систем в деятельности современных предприятий.
2. Понятие экономической информационной системы. Классы ИС. Основные особенности современных проектов ИС.
3. Маркетинг информационных продуктов и услуг. Базовые функции маркетинговой информационной системы.
4. Обзор программных продуктов в области маркетинга.
5. Группы программных продуктов и их роль в системе маркетинга предприятия. Оценка выгод от внедрения маркетинговых информационных систем.
6. Роль интернет-технологий в развитии новой экономики в условиях глобализации. Проблемы и перспективы развития в России интернет-технологий в маркетинге.

#### Темы для рефератов:

1. Организация маркетинговых исследований в Интернет
2. Интернет – маркетинг
3. Роль информационной индустрии в экономическом развитии общества.
4. Характеристика современного российского рынка информационных продуктов и услуг.
5. Формирование стоимости и особенности ценообразования на программные продукты и информационные услуги.
6. Политика российских и зарубежных производителей программного обеспечения на информационном рынке.

7. Реклама на информационном рынке. Рекламная политика фирм-производителей программных продуктов и услуг.
8. Информационные продукты и ресурсы программы Marketing Expert.
9. Характеристика маркетинговых программ.
10. Порядок передачи исключительных прав на программы для ЭВМ и базы данных.
11. Возможности использования патентной защиты для разработок, связанных с использованием ЭВМ.
12. Глобальные телекоммуникационные технологии в области рекламы и электронной продажи.
13. Информационные технологии и право. Законодательство в области информационных технологий.
14. Технологии разработки рекламных продуктов.
15. Информационные продукты и ресурсы программы БЭСТ-Маркетинг
16. Специализированные пакеты прикладных программ для решения задач маркетинга
17. Базы данных в маркетинге
18. Розничная торговля в Интернет
19. Современные мировые тенденции развития систем маркетинговой информации.
20. Маркетинговые системы поддержки принятия решений.

Отчёт о выполненной работе представить в виде презентации PowerPoint и краткого выступления, в котором необходимо отразить основные положения по выполненным этапам задания.

## **7. Оценочные средства**

### **7.1. Вопросы к рубежным аттестациям**

#### **Вопросы к первой рубежной аттестации**

1. Информатизация общества.
2. Основные товары и услуги рынка программного обеспечения
3. Структура и состав информационной системы маркетинга
4. Жизненный цикл информационных систем.
5. Этапы разработки, создания и оптимизация информационных систем.
6. Моделирование бизнес-процессов.
7. Основы маркетинга
8. Маркетинговая информация
9. Система планирования маркетинга
10. Концепция системы маркетинговой информации.
11. Структура информационной системы маркетинга

*Образец билета к 1-ой рубежной аттестации*

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова  
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства  
Группа "ПИ-19" Семестр "4"  
Дисциплина " Интернет маркетинг"  
Билет № 1**

1. Информатизация общества
2. Основы маркетинга

Подпись преподавателя \_\_\_\_\_ Подпись заведующего кафедрой \_\_\_\_\_  
**Вопросы ко второй рубежной аттестации**

1. Маркетинговая смесь 4 р
2. Три уровня товара
3. Характеристика товара «Программный продукт», виды ПО.
4. Характеристики качества ПП
5. Программные продукты в маркетинговой деятельности.
6. Эффективность Информационной системы маркетинга
7. CRM «Marketing Analytic».
8. CRM GALLOPER. CRM Terrasoft.
9. Технология Интернет в маркетинге.
10. Виртуальное маркетинговое пространство.
11. Электронная коммерция.
12. Платежные системы.
13. Методы Интернет-рекламы.

*Образец билета ко 2-ой рубежной аттестации*

**Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д.  
Миллионщикова**

**Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства**

**Группа "ПИ-19" Семестр "4"**

**Дисциплина "Интернет маркетинг"**

**Билет № 1**

1. Маркетинговая смесь 4 р
2. Технология Интернет в маркетинге

**Подпись преподавателя** \_\_\_\_\_ **Подпись заведующего кафедрой** \_\_\_\_\_

## **7.2. Вопросы к зачету**

1. Информатизация общества.
2. Основные товары и услуги рынка программного обеспечения
3. Структура и состав информационной системы маркетинга
4. Жизненный цикл информационных систем.
5. Этапы разработки, создания и оптимизация информационных систем.
6. Моделирование бизнес-процессов.
7. Основы маркетинга
8. Маркетинговая информация
9. Система планирования маркетинга
10. Концепция системы маркетинговой информации.
11. Структура информационной системы маркетинга
12. Маркетинговая смесь 4 р
13. Три уровня товара
14. Характеристика товара «Программный продукт», виды ПО.
15. Характеристики качества ПП
16. Программные продукты в маркетинговой деятельности.
17. Эффективность Информационной системы маркетинга.
18. CRM «Marketing Analytic».
19. CRM GALLOPER. CRM Terrasoft.
20. Технология Интернет в маркетинге.
21. Виртуальное маркетинговое пространство.
22. Электронная коммерция.
23. Платежные системы.
24. Методы Интернет-рекламы.

ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ им.акад. М.Д. Миллионщикова

Билет № 2

Дисциплина " Интернет маркетинг "

Институт ЦЭ и ТП направление ПИ \_\_\_ семестр

1. Система планирования маркетинга
2. Технология Интернет в маркетинге

УТВЕРЖДЕНО

зав.

кафедрой

на заседании кафедры

протокол № \_\_\_ от \_\_\_\_\_

Л.Р. Магомаева

### 7.3. Текущий контроль

#### Лабораторная работа №1

Знакомство с маркетинговыми информационными системами

#### Лабораторная работа №2

(часть 1) Постройте матрицу BCG (управление продуктовым портфелем)

(часть 2) Проведите прогнозирование объема продаж

#### Лабораторная работа № 3

Мониторинг достижения поставленных целей

#### Лабораторная работа №4

Многомерный факторный анализ

Прогнозирование в Excel

#### Лабораторная работа №5

Автоматизация планирования бюджета маркетинга

#### Лабораторная работа №6

Анализ конкурентоспособности компании

Образец лабораторной работы

### Лабораторная работа №2 (часть 1) Работа в программе «Маркетинг Микс»

**Цель работы:** Получить навыки работы в программе «Маркетинг Микс». Управление продуктовым портфелем.

**Порядок работы:** Постройте матрицу BCG (управление продуктовым портфелем) в программе «Маркетинг Микс».

#### Варианты заданий

**а.** Количество продуктов – 3; объем продаж – 20000р., 10000р., 40000р. соответственно; объем продаж конкурентов – 22000р., 20000р., 18000р. соответственно; темпы роста рынка – 5%, 7%, 1% соответственно; инвестиции – 5000р., 8000р., 14000р. соответственно. Сделайте выводы по полученным результатам.

**б.** Количество продуктов – 7; объем продаж – 70000р., 30000р., 40000р., 5000р., 25000р., 25000р., 27000р. соответственно; объем продаж конкурентов – 20000р., 20000р., 20000р., 0 р., 31000р., 25000р., 70000р. соответственно; темпы роста рынка – 1%, 1,5%, 0%, 2%, 1%, 5%, 0% соответственно; инвестиции – 20000р., 25000р., 15000р., 4000р., 7000р., 14000р., 14000р. соответственно. Сделайте выводы по полученным результатам.

**в.** Количество продуктов – 5; объем продаж – 25000р., 14000р., 8000р., 28000р., 300000р., соответственно; объем продаж конкурентов – 100000р., 110000р., 200000р., 250000 р., 50000р. соответственно; темпы роста рынка – -10%, -7%, -15%, 2%, 7% соответственно; инвестиции – 18000р., 10000р., 15000р., 10000р., 100000р. соответственно. Сделайте выводы по полученным результатам.



**Содержание отчета:** Отчет должен содержать: титульный лист; цель работы; задание; полученные матрицы VCG по каждому варианту заданий и выводы, сделанные по моделям.

**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
	менее 41 баллов (неудовлетворительно)	41-60 баллов (удовлетворительно)	61-80 баллов (хорошо)	81-100 баллов (отлично)	
<b>ПК-2. Способен разрабатывать и адаптировать прикладное программное обеспечение.</b>					
<b>Знать:</b> современные информационные системы и программные обеспечения.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Лабораторные работы, билеты к рубежным аттестациям.
<b>Уметь:</b> выбирать современные информационные системы и программные обеспечения при решении задач профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<b>Владеть:</b> навыками применения современных информационных систем и использование программного обеспечения, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
<b>ПК-7. Способен проводить статистический, эмпирический и маркетинговый анализ ИКТ для рационального выбора инструментария автоматизации и информатизации прикладных задач.</b>					

<b>Знать:</b> как определять первоначальные требования заказчика к автоматизации и информатизации прикладных задач.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Лабораторные работы, билеты к рубежным аттестациям.
<b>Уметь:</b> проводить статистический, эмпирический и маркетинговый анализ ИКТ.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<b>Владеть:</b> навыками применения маркетингового анализа для решения задач профессиональной деятельности.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

## 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. Основная литература:**

1. Катаев А.В., Интернет-маркетинг: учебное пособие / Катаев А. В. - Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2018. - 153 с. - ISBN 978-5-9275-2673-4 - Текст: электронный // *ЭБС "Консультант студента"*
2. Ценообразование: Учебник для бакалавров [Электронный ресурс] / Магомедов М. Д. - М: Дашков и К, 2017 – ЭБС «Консультант Студента»
3. Управление продвижением инноваций на основе информационных технологий [Электронный ресурс] / Курчеева Г.И. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2016. - ЭБС «Консультант Студента»

### **9.2. Методические указания для освоения дисциплины (Приложение)**

## **10. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

### **10.1. Материально-техническая база**

Лекционная аудитория, оснащенная компьютером, видеопроекционным оборудованием, в том числе для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном.

Мультимедийные средства и другая техника для презентаций учебного материала, офисный пакет программ MSWindows (MS Excel, MSWord) для оформления расчетов экономической эффективности информационных систем, OpenOfficeGoogleChrome.

### **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; OfficeStd RUS OLP NL Acdmc (право на использование согласно Контракту № 267-ЭА/19 от 15.09.2019 г.) Система ГАРАНТ (проприетарная лицензия) Visual Studio-(Freemium) 1С Предприятие договор от 02.12.2020 регистрационные номера продуктов (9334859; 9334952) Sublime Text- (открытый доступ) Notepad++ (открытый доступ)

**Методические указания по освоению дисциплины «Интернет маркетинг»****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 «Информационные системы маркетинга» состоит из 6 связанных между собой тем, обеспечивающих последовательное изучение материала.

Обучение по дисциплине «Информационные системы маркетинга» осуществляется в следующих формах:

1. Аудиторные занятия (лекции, лабораторные занятия).
2. Самостоятельная работа студента (подготовка к рефератам, лабораторным занятиям, подготовка к зачету).
3. Интерактивные формы проведения занятий (лекция-дискуссия и др. формы).

Учебный материал структурирован и изучение дисциплины производится в тематической последовательности. Каждому лабораторному 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 лабораторному 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 занятия.

**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 лабораторных занятий.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к лабораторному занятию:

1. Ознакомление с планом лабораторного 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 конспекта лекций и дополнительную литературу. 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. Выполнить лабораторную работу;
5. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно выполнять работу в предоставленных программах, правильно выполнять лабораторные задания, которые даются в фонде оценочных средств дисциплины.

### **4. Методические указания обучающимся по организации самостоятельной работы.**

Цель организации самостоятельной работы по дисциплине «Информационные системы маркетинга» - 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 (самостоятельно), решение тематических заданий лабораторной работы.

Самостоятельная работа реализуется:

– непосредственно в процессе аудиторных занятий - на лекциях;  
– 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.

Виды СРС и критерии оценок

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

#### 1. Реферат

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:**

К.э.н., ст. преподаватель каф. «ИСЭ»



/Гапаева С.У./

**СОГЛАСОВАНО:**

Зав. выпускающей каф. «ИСЭ»



/Магомаева Л.П./

Директор ДУМР



/Магомаева М.А./