

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна

Должность: Проректор по учебно-методической работе

Дата подписания: 08.12.2025 08:45:59

Уникальный программный ключ:

b066544bae1e449cd8bfc659df724ca97aaf11b1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И
ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**
**КАФЕДРА ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ И ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

Л.В. Крылова

« 2 »

2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.11.01

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

(название учебной дисциплины)

Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление
(код, наименование)

Программа высшего образования — программа бакалавриата

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Профиль Рекламный бизнес
(код, наименование)

Факультет маркетинга и торгового дела

Курс, форма обучения:

очная форма обучения 4 курс

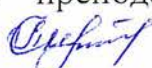
очно-заочная форма обучения 5 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

**Донецк
2025**

Рабочая программа учебной дисциплины Б1.В.ДВ.11.01 «Информационные технологии профессиональной деятельности» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, профиль Рекламный бизнес, разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:

- в 2025 г. - для очной формы обучения;
- в 2025 г. - для очно-заочной формы обучения;

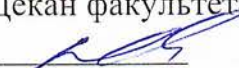
Разработчик: Пальчикова Н.С., старший преподаватель кафедры информационных систем и технологий управления 

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры информационных систем и технологий управления

Протокол от «18» февраля 2025 года №12

Зав. кафедрой 
(подпись)  В.О. Бессарабов
(инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела

(подпись) Д.В. Махносов
(инициалы, фамилия)

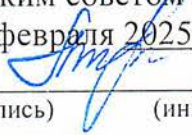
Дата « 18 » 02 2025 года



ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от «26» февраля 2025 года №7

Председатель 
(подпись) Л.В. Крылова
(инициалы, фамилия)

©Пальчикова Н.С., 2025 год

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2025 год

1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование показателя	Наименование укрупненной группы направлений подготовки / специальностей, направление подготовки / специальность, профиль / магистерская программа / специализация, программа высшего образования	Характеристика учебной дисциплины	
		очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
Количество зачетных единиц – 3	Укрупненная группа специальностей 38.00.00 Экономика и управление	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
	Направление подготовки 38.03.01 Экономика		
Модулей – 1	Профиль Маркетинг	Год подготовки	
Смысловых модулей – 2		4-й	5-й
Общее количество часов – 108		Семестр	
		8-й	10-й
		Лекции	
		20 час.	10 час.
Количество часов в неделю для очной формы обучения: аудиторных – 2,4; самостоятельной работы обучающегося – 4	Программа высшего образования – программа бакалавриата	Практические, семинарские занятия	
		18 час.	8 час.
		Лабораторные занятия	
		час.	час.
		Самостоятельная работа	
		68,75 час.	88,75 час.
		Индивидуальные задания*:	
		ТМК 2	ТМК 2
		Форма промежуточной аттестации: (зачет, экзамен)	
		зачет	зачет

* для очной формы обучения указывается количество проводимых текущих модульных контролей (например, 2ТМК), при наличии – курсовая работа/проект (КР/КП)

* для заочной формы обучения указывается, при наличии, аудиторная письменная работа/контрольная работа (АПР), курсовая работа/проект (КР/КП)

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:

для очной формы обучения – 38/68,75

для очно-заочной формы обучения – 18/88,75

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины:

формирование у студентов знаний, навыков и способностей для грамотного и эффективного использования информационных технологий, и последних достижений телекоммуникационных систем в условиях рыночной экономики

Задачи учебной дисциплины:

изучение основ, принципов, функций и задач информационных систем маркетинга, а также направлений и методов маркетинговой деятельности для принятия управленческих решений; изучение основных программных продуктов в маркетинге; изучение основ использования современных информационных технологий в реализации маркетинговых стратегий; приобретение навыков сбора, хранения, обработки, анализа и оценки информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью; приобретение знаний и навыков в области использования сети Интернет для проведения маркетинговых исследований, сегментирования рынка, продвижения продукции; приобретение знаний и практических навыков управления маркетинговой информацией.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина *Б1.В.ДВ.11.01* «Информационные технологии профессиональной деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Требованиями к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося, необходимым для изучения дисциплины, являются: навыки работы с персональным компьютером; знать простейшие способы форматирования текста, создания электронных таблиц, баз данных; знать основы алгоритмизации.

Связь с другими дисциплинами учебного плана: перечень действующих и предшествующих дисциплин: информационные технологии и системы в экономике; перечень теоретических дисциплин и практик, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: интернет маркетинг, практикум по компьютерной технике.

Знания, навыки и умения, приобретенные бакалавром при успешном освоении курса, послужат необходимой мировоззренческой и методологической информационной базой при подготовке курсовых и выпускных квалификационных работ.

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи.

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

знать: основные понятия и современные принципы работы с маркетинговой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных, основные виды информационных ресурсов для проведения маркетинговых исследований, методические основы построения, методы и принципы создания информационных технологий в маркетинге и рекламе;

уметь: готовить аналитические обзоры на основе официальной статистики, коммерческой и рекламной информации, научной литературы, электронных ресурсов и иных видов публикаций, применять информационные технологии для решения профессиональных задач;

владеть: технологиями обработки маркетинговой информации; практическими навыками применения информационных технологий при решении профессиональных задач.

5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Интернет-технологии в маркетинге и рекламе.

Тема 1. Сеть Интернет как инструмент маркетинга.

Тема 2. Разработка стратегии продвижения в сети Интернет.

Смысловой модуль 2. Информационные технологии в маркетинге и рекламе.

Тема 3. Информационная безопасность в профессиональной деятельности.

Тема 4. Методы сбора и анализа маркетинговой информации.

Тема 5. Обзор пакетов прикладных программ для маркетинговой и рекламной деятельности.

6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						очно-заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л ¹	п ²	лаб ³	инд ⁴	СР ⁵		л	п	лаб	инд	СР
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
МОДУЛЬ 1. Информационные технологии профессиональной деятельности.												
Смысловой модуль 1. Интернет-технологии в маркетинге и рекламе.												
Тема 1. Сеть Интернет как инструмент маркетинга.	22	4	4			14	22	2	2			18
Тема 2. Разработка стратегии продвижения в сети Интернет.	22	4	4			14	22	2	2			18
Итого по смысловому модулю 1	44	8	8			28	44	4	4			36
Смысловой модуль 2. Информационные технологии в маркетинге и рекламе.												
Тема 3. Информационная безопасность в профессиональной деятельности.	21	4	4			13	22	2	2			18
Тема 4. Методы сбора и анализа маркетинговой информации.	21	4	4			13	22	2	2			18
Тема 5. Обзор пакетов прикладных программ для маркетинговой и рекламной деятельности.	20,75	4	2			14,75	18,75	2				16,75
Итого по смысловому модулю 2	62,75	12	10			40,75	66,75	6	8			52,75

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						очно-заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л ¹	п ²	лаб ³	инд ⁴	СР ⁵		л	п	лаб	инд	СР
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Всего часов в семестре	106,75	20	18			68,75	106,75	10	8			88,75
<i>Катт</i>	1						1					
<i>СРэк</i>												
<i>ИК</i>												
<i>КЭ</i>												
<i>Каттэк</i>	0,25						0,25					
<i>Контроль</i>												
Всего часов	108	20	18			68,75	108	10	8			88,75

Примечания: 1. л – лекции;
2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. инд – индивидуальные занятия;
5. СР – самостоятельная работа.

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Номер п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
1	Сеть Интернет как инструмент маркетинга.	4	2
2	Разработка стратегии продвижения в сети Интернет	4	2
3	Информационная безопасность в профессиональной деятельности.	4	2
4	Методы сбора и анализа маркетинговой информации.	4	2
5	Обзор пакетов прикладных программ для маркетинговой и рекламной деятельности.	2	
Всего:		18	8

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ – не предусмотрены

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная/очно-заочная форма

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Номер п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
1	Сеть Интернет как инструмент маркетинга.	14	18
2	Разработка стратегии продвижения в сети Интернет	14	18
3	Информационная безопасность в профессиональной деятельности.	13	18
4	Методы сбора и анализа маркетинговой	13	18

	информации.		
5	Обзор пакетов прикладных программ для маркетинговой и рекламной деятельности.	14,75	16,75
Всего:		68,75	88,75

10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации учебной дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом...
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере...

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Примеры тестовых заданий для текущего модульного контроля (ТМК)

Смысловой модуль 1. Интернет-технологии в маркетинге и рекламе.

1) Совокупность процедур и методов, разработанных для создания, анализа и распространения информации для опережающих маркетинговых решений на регулярной постоянной основе – это

- a) маркетинговая информационная система
- b) автоматизированная информационная система
- c) экономическая информационная система
- d) система поддержки принятия решений

2) Внутренняя информация раскрывает текущее состояние:

- a) управленческого учета
- b) состояние рынка и его инфраструктуру
- c) меры государственного регулирования

3) Информация о внешних условиях позволяет определять

- a) состояние управленческого учета
- b) финансовое состояние предприятия
- c) меры государственного регулирования

4) Процедура, посредством которой регулярно анализируется меняющаяся окружающая среда – это

- a) сбор внешней вторичной и/или первичной информации
- b) постоянное наблюдение
- c) хранение данных
- d) маркетинговое исследование

5) Накопление всех видов значимой внутрифирменной информации, а также информации, собранной через маркетинговые исследования и постоянное наблюдение:

- a) сбор внешней вторичной и/или первичной информации
- b) постоянное наблюдение
- c) хранение данных
- d) маркетинговое исследование

Смысловой модуль 2. Информационные технологии в маркетинге и рекламе.

1) Форма опроса экспертов, при которой их анонимные ответы собираются в течении нескольких туров и через ознакомление с промежуточными результатами получают групповую оценку исследуемого процесса – это

- a) дельфи-метод
- b) метод мозговой атаки
- c) метод синектики

2) Неконтролируемая генерация и спонтанное переплетение идей участниками группового обсуждения проблемы – это

- a) дельфи-метод
- b) метод мозговой атаки
- c) метод синектики

3) Постепенное отчуждение исходной проблемы путем построения аналогий с другими областями знаний – это

- a) дельфи-метод
- b) метод мозговой атаки

- с) метод синектики
- 4) Среднее (средняя арифметическая величина) – это
- а) частное от деления суммы всех значений признака на их число
- б) величина, равная среднему значению квадрата отклонений отдельных значений признаков от средней
- с) величина, равная среднему значению модуля отклонений отдельных значений признаков от средней
- д) величина, равная среднему значению модуля отклонений отдельных значений признаков от средней
- 5) Медиана – это
- а) величина, равная квадратному корню из дисперсии. Это мера разброса измеренных величин. Используется только для характеристики интервальных и порядковых шкал.
- б) отношение среднего квадратического отклонения к среднему арифметическому. Используется только для характеристики метрических шкал.
- с) значение переменной у той единицы совокупности, которая расположена в середине ранжированного ряда частотного распределения. Отсекает половину ряда распределения. Используется только для характеристики метрических шкал.
- д) доля численного значения признака от общей численности совокупности. Используется для всех видов шкал.

12. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Оценочные средства детализируются по видам работ в оценочных материалах по учебной дисциплине, которые утверждаются на заседании кафедры.

Система оценивания по учебной дисциплине по очной форме обучения*

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- практическая работа (темы 2-5)	10	40
- доклад (тема 1)	20	20
- текущий модульный контроль (тест)	20	40
Промежуточная аттестация	зачет	100
Итого за семестр	100	

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по учебной дисциплине

Система оценивания по учебной дисциплине на заочной форме обучения

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- практическая работа	30	30
- тестирование	50	50
- контрольная работа	20	50
Промежуточная аттестация	зачет	100
Итого за семестр	100	

Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации обучающихся (зачет)

1. Сущность и содержание информационных систем маркетинга.
2. Информационные системы маркетинга в информационном обеспечении маркетинговой деятельности и в деятельности организации.
3. Структура информационных систем маркетинга.

4. Системы маркетинговой информации в России.
5. Сущность информационных технологий.
6. Эволюция информационных технологий.
7. Виды информационных технологий.
8. Мультимедийные технологии.
9. Виды, характеристика и назначение технических средств.
10. История создания компьютеров и принципы их работы.
11. Компьютерно-сетевые технологии.
12. История развития сети Интернет.
13. Концепция построения сети Интернет.
14. Сервисы сети Интернет.
15. Технологии Интернета в Маркетинге.
16. Маркетинговые исследования в сети Интернет.
17. Разработка стратегии продвижения в сети Интернет.
18. Комплекс электронного маркетинга.
19. Web-сайт в электронном бизнесе.
20. Способы продвижение Web-сайтов в сети Интернет.
21. Средства для создания Web-сайтов.
22. Понятие электронной коммерции.
23. Виды электронной коммерции.
24. Структура электронного рынка, модели взаимодействия участников.
25. Программные средства для ведения электронной торговли и затраты на них.
26. Пакеты прикладных программ для статистической обработки данных.
27. Специализированные к маркетингу прикладные программные продукты.
28. Основные требования к информационной безопасности.
29. Угрозы для защищаемой информации.
30. Методы и средства защиты информации.

14. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу					Максимальная сумма баллов
Смысловой модуль 1		Смысловой модуль 2			
T1	T2	T4	T5	T6	100
20	30	10	10	30	

Примечание. T1, T2, ... T10 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
90-100	«Отлично» (5)	отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
80-89	«Хорошо» (4)	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10 %)
75-79		хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15 %)
70-74	«Удовлетворительно» (3)	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков
60-69		удовлетворительно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
35-59	«Неудовлетворительно» (2)	неудовлетворительно – с возможностью повторной аттестации
0-34		неудовлетворительно – с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

15. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Информационные технологии и системы в экономике : очной и заочной форм обучения : рекомендовано Министерством образования и науки Донецкой Народной Республики в качестве учебного пособия для обучающихся направления подготовки 38.03.01 Экономика, программы высшего профессионального образования «Бакалавриат» / А.В. Шершнева, Н.Н. Давидчук, А.П. Лутай [и др.] ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, Институт учета и финансов, Кафедра информационных систем и технологий управления . – Донецк: ДОННУЭТ, 2021. – 405 с.

2. Глотова, Д.В. Информационные технологии профессиональной деятельности : учебное пособие для студентов направления подготовки 38.03.01 Экономика, профили Маркетинг, Рекламный бизнес, очной и заочной форм обучения / Д.В. Глотова ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, Кафедра информационных систем и технологий управления. - Донецк : ДОННУЭТ, 2022. - 107 с. - URL: <http://catalog.donnuet.ru/>. – Режим доступа: Электронная библиотека ДОННУЭТ. – Текст : электронный.

3. Карташева, О.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности : учебное пособие для обучающихся по направлениям подготовки 38.03.01 «Экономика»; 38.03.02 «Менеджмент»; 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» / О.В. Карташева ; Образовательная организация высшего образования (частное учреждение) «Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)». – 2-е издание, пересмотренное. – Ярославль : Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ), 2023. – 112 с. – ISBN 978-5-93002-39-2. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_54154074_57912423.pdf. – Режим доступа: Электронная библиотека ДОННУЭТ.- Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Информационные технологии и системы в экономике : рекомендовано Министерством образования и науки Донецкой Народной Республики в качестве учебного пособия для обучающихся направления подготовки 38.03.01 Экономика, программы высшего профессионального образования «Бакалавриат» : очной и заочной форм обучения / А.В. Шершнева, Н.Н. Давидчук, А.П. Лутай [и др.] ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, Институт учета и финансов, Кафедра информационных систем и технологий управления. - Донецк : ДОННУЭТ, 2021. - 405 с. - URL: <http://catalog.donnuet.ru/>. – Режим доступа: Электронная библиотека ДОННУЭТ. – Текст : электронный.

2. Титова, Л. Н. Информационные технологии : учебно-методическое пособие / Л. Н. Титова, Е. П. Жилко. — Уфа : БГПУ имени М. Акмуллы, 2022. — 85 с. — ISBN 978-5-907475-61-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/288485>.

3. Каримов, Х.Т. Информатика и информационные технологии в профессиональной деятельности : курс лекций / Х.Т. Каримов, Г.А. Тугузбаев, Ф.А. Тукаева ; Федеральное государственное казенное образовательное учреждение высшего образования «Уфимский юридический институт министерства внутренних дел Российской Федерации». – Уфа :

Уфимский ЮИ МВД России, 2023. – 274 с. – ISBN 978-5-7247-1146-3. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_50460498_26484658.pdf. – Режим доступа: Электронная библиотека ДОННУЭТ.- Текст : электронный.

Учебно-методические издания:

1. Информационные технологии профессиональной деятельности [электронный ресурс]: конспект лекций для студ. напр. подг. 38.03.01 «Экономика», профилей Маркетинг, Рекламный бизнес очн.и заочн.форм обуч.; Госуд. орг. высш. проф. образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», каф. информац. систем и технологий упр. – Донецк: [ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2020 – 47 с.

2. Информационные технологии профессиональной деятельности [текст]: метод.указания для проведения практ.и самост. раб. для студ. напр. подг. 38.03.01 «Экономика», профилей Маркетинг, Рекламный бизнес очн. и заочн. форм обуч.; Госуд. орг. высш. проф. образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», каф. информац. систем и технологий упр. – Донецк: [ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2020 – 63 с.

3. Информационные технологии профессиональной деятельности [электронный ресурс]: средства диагн.знаний для студ. напр. подг. 38.03.01 «Экономика», профилей Маркетинг, Рекламный бизнес очн.и заочн. форм обуч.; Госуд. орг. высш. проф. образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», каф. информац. систем и технологий упр. – Донецк: [ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2020 – 20 с.

4. Дистанционный курс по учебной дисциплине «Информационные технологии профессиональной деятельности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://distant.donnuet.education/course/view.php?id=4081>

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная библиотечная информационная система Unilib UC: версия 2.110 // Научная библиотека Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – [Донецк, 2021–]. – Текст: электронный.

2. Информо: электрон.справочник / ООО «РИНФИЦ». – Москва: Издат.дом «Информо», [2018?–]. – URL: <https://www.informio.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст: электронный.

3. IPR SMART: весь контент ЭБС Ipr books : цифровой образоват. ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». – [Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2022]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авториз.пользователей. – Текст. Аудио. Изображения: электронные.

4. Лань: электрон.-библ. система. – Санкт-Петербург: Лань, сор. 2011–2021. – URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст: электронный. – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. СЭБ: Консорциум сетевых электрон.б-к / Электрон.-библ. система «Лань» при поддержке Агентства стратег. инициатив. – Санкт-Петербург: Лань, сор. 2011–2021. – URL: <https://seb.e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для пользователей организаций – участников, подписчиков ЭБС «Лань».

6. Polpred: электрон. библ. система: деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». – Москва: Полпред Справочники, сор. 1997–2022. – URL: <https://polpred.com> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст: электронный.

7. Book on lime: дистанц.образование / изд-во КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва: КДУ, сор. 2017. – URL: <https://bookonline.ru> (дата обращения: 01.01.2023) – Текст. Изображение. Устная речь: электронные.

8. Научная электронная библиотека elibrary.ru: информ.-аналит. портал / ООО Научная электронная библиотека. – Москва: ООО Науч. электрон. б-ка, сор. 2000–2022. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для зарегистрир.пользователей. – Текст: электронный.

9. cyberleninka: науч. электрон. б-ка «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. – Москва: КиберЛенинка, 2012. – URL: <http://cyberleninka.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст: электронный.

10. Национальная электронная библиотека: НЭБ: федер. гос. информ.система / М-во культуры Рос. Федерации [и др.]. – Москва: Рос. гос. б-ка: ООО ЭЛАР, [2008–]. – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Текст. Изображение: электронные.

11. Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина / Рос.экон. ун-т им. В.Г. Плеханова. – Москва: KnowledgeTree Inc., 2008. – URL: <http://liber.rea.ru/login.php> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст: электронный.

12. Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва: Финансовый университет, 2019. – URL: <http://library.fa.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст: электронный.

13. Университетская библиотека онлайн: электрон. библиот. система. – ООО «Директ-Медиа», 2006. – URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст: электронный.

14. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк: НБ ДОННУЭТ, 1999–. – URL: <http://catalog.donnuet.education> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст: электронный.

16. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Практические занятия проводятся в компьютерных классах, оборудованных современной компьютерной техникой с соответствующим программным обеспечением, возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета, устройствами для вывода на печать созданных документов, копировальной и сканирующей техникой.

Лекционные занятия проводятся в аудитории, оснащенной мультимедийной техникой для визуализации информации большой аудитории.

17. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Фамилия, имя, отчество	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совместительства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ))	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании
Пальчикова Наталья Сергеевна	по основному месту работы	Должность – старший преподаватель, ученая степень – нет, ученое звание – нет	Высшее, специальность «Экономика предприятия», квалификация экономист	1. Удостоверение о повышении квалификации ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» программа повышения квалификации «Актуальные вопросы преподавания в образовательных учреждениях высшего образования: нормативно-правовое, психолого-педагогическое и методическое сопровождение» № 1-14500 от 24.09.2022 г. 2. Удостоверение о повышении квалификации ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» программа повышения квалификации «Организационно-

			методические аспекты разработки и реализации программ высшего образования по направлениям подготовки «Информационная безопасность» № 1-18066 от 09.06.2023 г. 3. Акционерное общество «Академия «Просвещение»» удостоверение о повышении квалификации по дополнительной профессиональной программе «Организация комплексной работы с высокотехнологичным лабораторным оборудованием» (№ ПК-АП-2023-ОКР-ВЛО-2045 от 29.11.2023 г.) 4. Безопасная молодежная среда. Программа Росмолодежь. Сертификат о повышении квалификации «Информационная безопасность» (№ОПРДМ-37474-А1817 от 24.05.2024)
--	--	--	--

Направление подготовки
Профиль

38.03.01 Экономика

Рекламный бизнес

(код, наименование)

Трудоемкость учебной дисциплины: 3 з.е.

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

знать: основные понятия и современные принципы работы с маркетинговой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных, основные виды информационных ресурсов для проведения маркетинговых исследований, методические основы построения, методы и принципы создания информационных технологий в маркетинге и рекламе;

уметь: готовить аналитические обзоры на основе официальной статистики, коммерческой и рекламной информации, научной литературы, электронных ресурсов и иных видов публикаций, применять информационные технологии для решения профессиональных задач;

владеть: технологиями обработки маркетинговой информации; практическими навыками применения информационных технологий при решении профессиональных задач.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи.

Наименование смысловых модулей и тем учебной дисциплины:

Смысловой модуль 1. Интернет-технологии в маркетинге и рекламе.

Тема 1. Сеть Интернет как инструмент маркетинга.

Тема 2. Разработка стратегии продвижения в сети Интернет.

Смысловой модуль 2. Информационные технологии в маркетинге и рекламе.

Тема 3. Информационная безопасность в профессиональной деятельности.

Тема 4. Методы сбора и анализа маркетинговой информации.

Тема 5. Обзор пакетов прикладных программ для маркетинговой и рекламной деятельности.

Форма промежуточной аттестации:

зачет

(зачет, экзамен)

Разработчик:

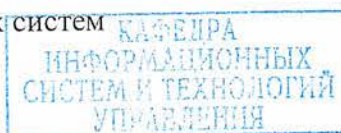
Пальчикова Н.С.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)


(подпись)
Заведующий кафедрой информационных систем
и технологий управления

Бессарабов В.О., д.э.н., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)



(подпись)