

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 02.03.2025 18:05:41
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce592f7214a676a27162

**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

« 28 » 2024 г.

Б1.В.ДВ.11.01 **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
(название учебной дисциплины)

Углубленная 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
2024



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

- в 2024 г. - для очной формы обучения;
- в 2024 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 «12» февраля 2024 года № 19

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

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела

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

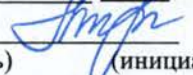
Дата « 27 » 02 2024 года



ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от « 28 » 02 2024 года № 7

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

©Пальчикова Н.С., 2024 год

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2024 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 – 2	Укрупненная группа специальностей 38.00.00 Экономика и управление Направление подготовки 38.03.01 Экономика	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
Модулей – 1	Профиль Рекламный бизнес	Год подготовки	
Смысловых модулей – 2		4-й	5-й
Общее количество часов – 72		Семестр	
		8-й	10-й
Количество часов в неделю для очной формы обучения: аудиторных – 1.8; самостоятельной работы обучающегося – 4	Программа высшего образования – программа бакалавриата	Лекции	
		12 час.	12 час.
		Практические, семинарские занятия	
		10 час.	10 час.
		Лабораторные занятия	
		час.	час.
		Самостоятельная работа	
		49.15 час.	48.55 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 – 22/49.15

для заочной формы обучения – 22/48.55

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:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-3 Способность к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации	ИД-1ПК-3 Знать законодательство и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации, инструменты маркетинговых коммуникаций
	ИД-2ПК-3 Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики, проводить анализ результативности коммуникационной политики
	ИД-3ПК-3 Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации, подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений

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. Методы прогнозирования экономических показателей.

Тема 6. Обзор пакетов прикладных программ для маркетинговой и рекламной деятельности.

6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л ¹	п ²	ла б 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.	12.1	2	2			8.1	12	2	2			8
Тема 2. Разработка стратегии продвижения в сети Интернет.	12.1	2	2			8.1	12	2	2			8
Итого по смысловому модулю 1	24.1	4	4			16.2	24	4	4			16
Смысловой модуль 2. Информационные технологии в маркетинге и рекламе.												
Тема 3. Информационная безопасность в профессиональной деятельности.	12.1	2	2			8.1	12	2	2			8
Тема 4. Методы сбора и анализа маркетинговой информации.	12.1	2	2			8.1	12	2	2			8
Тема 5. Методы прогнозирования экономических	12.1	2	1			8.1	11	2	1			8

Название смысловых модулей и тем	Количество часов												
	очная форма обучения						заочная форма обучения						
	всего	в том числе					всего	в том числе					
		л ¹	п ²	ла б ³	инд ⁴	СР ⁵		л	п	лаб	инд	СР	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
показателей													
Тема 6. Обзор пакетов прикладных программ для маркетинговой и рекламной деятельности.	12,65	2	1			8,65	11,65	2	1				8,65
Итого по смысловому модулю 2	48,95	8	6			32,95	46,65	8	6				32,65
Всего часов в семестре	71,15	12	10			49,15		12	10				48,55
<i>Катт</i>	0,6						1,2						
<i>СРэк</i>													
<i>ИК</i>													
<i>КЭ</i>													
<i>Каттэк</i>	0,25						0,25						
<i>Контроль</i>													
Всего часов	72	12	10			49,15	72	12	10				48,55

- 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	заочная форма
1	Сеть Интернет как инструмент маркетинга.	2	2
2	Разработка стратегии продвижения в сети Интернет	2	2
3	Информационная безопасность в профессиональной деятельности.	2	2
4	Методы сбора и анализа маркетинговой информации.	2	2
5	Методы прогнозирования экономических показателей.	1	1
6	Обзор пакетов прикладных программ для маркетинговой и рекламной деятельности.	1	1
Всего:		10	10

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.	8.1	8
2	Разработка стратегии продвижения в сети Интернет	8.1	8
3	Информационная безопасность в профессиональной деятельности.	8.1	8
4	Методы сбора и анализа маркетинговой информации.	8.1	8
5	Методы прогнозирования экономических показателей.	8.1	8
6	Обзор пакетов прикладных программ для маркетинговой и рекламной деятельности.	8.65	8.65
Всего:		49.15	48.55

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) Внутренняя информация раскрывает текущее состояние:
 - a) о планах и отчетах о продажах
 - b) поведения покупателей и посредников, поставщиков и конкурентов
 - c) мер государственного регулирования
- 4) Информация о внешних условиях позволяет определять
 - a) состояние управленческого учета
 - b) финансовое состояние предприятия
 - c) планы и отчеты о продажах
 - d) состояние рынка и его инфраструктуру
- 5) Информация о внешних условиях позволяет определять
 - a) состояние управленческого учета
 - b) финансовое состояние предприятия
 - c) меры государственного регулирования
- 6) В аналитических МИС широко используют следующие экономико-статистические и экономико-математические методы:
 - a) группировки, тренды, средние величины
 - b) многомерные методы (факторный и кластерный анализы)
 - c) регрессионные и корреляционные методы
 - d) методы теории принятия решений
- 7) 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

- 8) 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
- 9) Источниками первичной информации являются:
 - a) анкеты, опросы, интервью с заинтересованной аудиторией
 - b) конференции потребителей
 - c) пробные продажи
 - d) рыночное тестирование
 - e) фирменные продажи с демонстрацией товаров
- 10) К источникам общей маркетинговой информации постоянного действия относят:
 - a) периодические издания экономической ориентации
 - b) технические каналы средств массовой информации (ТВ, радио)
 - c) массовую рекламу
 - d) выставки, конференции, совещания, презентации

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
 - c) метод синектики
- 4) Среднее (средняя арифметическая величина) – это
 - a) частное от деления суммы всех значений признака на их число
 - b) величина, равная среднему значению квадрата отклонений отдельных значений признаков от средней
 - c) величина, равная среднему значению модуля отклонений отдельных значений признаков от средней
- 5) Дисперсия – это
 - a) частное от деления суммы всех значений признака на их число
 - b) величина, равная среднему значению квадрата отклонений отдельных значений признаков от средней
 - c) величина, равная среднему значению модуля отклонений отдельных значений признаков от средней
- 6) Среднее линейное отклонение – это
 - a) частное от деления суммы всех значений признака на их число
 - b) величина, равная среднему значению квадрата отклонений отдельных значений признаков от средней
 - c) величина, равная среднему значению модуля отклонений отдельных значений признаков

от средней

- 7) Среднее квадратическое отклонение – это
- величина, равная квадратному корню из дисперсии. Это мера разброса измеренных величин. Используется только для характеристики интервальных и порядковых шкал.
 - отношение среднего квадратического отклонения к среднему арифметическому. Используется только для характеристики метрических шкал.
 - значение переменной у той единицы совокупности, которая расположена в середине ранжированного ряда частотного распределения. Отсекает половину ряда распределения. Используется только для характеристики метрических шкал.
- 8) Коэффициент вариации – это
- величина, равная квадратному корню из дисперсии. Это мера разброса измеренных величин. Используется только для характеристики интервальных и порядковых шкал.
 - отношение среднего квадратического отклонения к среднему арифметическому. Используется только для характеристики метрических шкал.
 - значение переменной у той единицы совокупности, которая расположена в середине ранжированного ряда частотного распределения. Отсекает половину ряда распределения. Используется только для характеристики метрических шкал.
- 9) Медиана – это
- величина, равная квадратному корню из дисперсии. Это мера разброса измеренных величин. Используется только для характеристики интервальных и порядковых шкал.
 - отношение среднего квадратического отклонения к среднему арифметическому. Используется только для характеристики метрических шкал.
 - значение переменной у той единицы совокупности, которая расположена в середине ранжированного ряда частотного распределения. Отсекает половину ряда распределения. Используется только для характеристики метрических шкал.
- 10) Верхний квартиль – это
- значение признака, отсекающее 3/4 ряда распределения. Используется только для характеристики метрических шкал.
 - значение признака, отсекающее 1/4 часть ряда распределения. Используется только для характеристики метрических шкал.
 - наиболее часто встречающееся значение переменной, т.е. значение, с которым наиболее вероятно можно встретиться в массиве.
 - численное значение признака (количество ответов респондентов). Используется для всех видов шкал.
 - 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 2-6)	10	50
- доклад (тема 1)	10	10
- 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 очно-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	<i>зачет</i>	<i>100</i>
Итого за семестр		<i>100</i>

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			
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	100
10	10	30	10	10	30	

Примечание. Т1, Т2, ... Т10 – 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
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. Мезенцева, С. А. Информатика [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов направления подготовки 38.03.01 "Экономика" оч. и заоч. форм обучения / С. А. Мезенцева, Н. С. Пальчикова ; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского", Каф. информ. систем и технологий упр. – Донецк: ДонНУЭТ, 2018 . – 1 электрон.опт. диск (CD-RM).

2. Уфимцева, О. В. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие. / О. В. Уфимцева; М-во образования РФ, Юж.-Урал. гос. ун-т . – Челябинск: ЮУрГУ, 2018 . – Локал.компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.

Дополнительная литература:

1. Груздева, М. Л. Информационные технологии в профессиональной деятельности: организация перевозок [Электронный ресурс] : учеб. -метод. пособие / М. Л. Груздева ; М-во образования РФ, ФГБОУ ВО "Нижегор. гос. пед. ун-т им. Козьмы Минина (Минин. ун-т) . – Н. Новгород: Мининский ун-т, 2018 . – Локал.компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.

2. Косиненко, Н. С. Информационные технологии в профессиональной деятельности: учебное пособие для СПО / Н. С. Косиненко, И. Г. Фризен. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 308 с. — ISBN 978-5-4486-0378-5, 978-5-4488-0193-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/76992.html>

3. Филиппова, Л. А. Информационные технологии в профессиональной деятельности: учебное пособие / Л. А. Филиппова. — Москва: Российская таможенная академия, 2018. — 140 с. — ISBN 978-5-9590-1015-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR

BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93185.html>

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://bookonlime.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. библиотечная 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

				<p>Информационная безопасность» № 1-18066 от 09.06.2023 г.</p> <p>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.)</p> <p>4. Безопасная молодежная среда. Программа Росмолодежь. Сертификат о повышении квалификации «Информационная безопасность» (№ОПРДМ-37474-А1817 от 24.05.2024)</p>
--	--	--	--	--

Б1.В.ДВ.11.01

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки
Профиль

38.03.01 Экономика
Рекламный бизнес
(код, наименование)

Трудоемкость учебной дисциплины: 2 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.

Наименование смысловых модулей и тем учебной дисциплины:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-3 Способность к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации	ИД-1ПК-3 Знать законодательство и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации, инструменты маркетинговых коммуникаций
	ИД-2ПК-3 Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики, проводить анализ результативности коммуникационной политики
	ИД-3ПК-3 Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации, подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений

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. Методы прогнозирования экономических показателей. Тема 6. 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)