

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна

Должность: Проректор по учебно-методической работе

Дата подписания: 02.03.2025 17:58:51

Уникальный программный ключ:

b066544bae1e449cd8bfce59277248676a271b2

**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.04.01** **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**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 Маркетинг

(код, наименование)

Факультет маркетинга и торгового дела

Курс, форма обучения:

очная форма обучения 4 курс

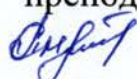
очно-заочная форма обучения 5 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Донецк  
2024

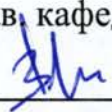
Рабочая программа учебной дисциплины Б1.В.ДВ.04.01 «Информационные технологии профессиональной деятельности» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, профилю Маркетинг разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:

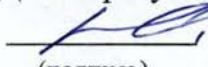
- в 2024 г. - для очной формы обучения;
- в 2024 г. - для очно-заочной формы обучения;

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

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры информационных систем и технологий управления

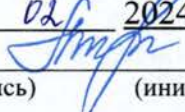
Протокол от «12» февраля 2024 года № 19

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

СОГЛАСОВАНО  
Декан факультета маркетинга и торгового дела  Д.В.Махмонов  
(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



## 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	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
	Направление подготовки 38.03.01 Экономика		
Модулей – 1	Профиль Маркетинг	<b>Год подготовки</b>	
Смысловых модулей – 2		4-й	5-й
Общее количество часов – 72		<b>Семестр</b>	
		7-й	9-й
Количество часов в неделю для очной формы обучения:  аудиторных – 1.8; самостоятельной работы обучающегося – 2	Программа высшего образования – программа бакалавриата	<b>Лекции</b>	
		18 час.	14 час.
		<b>Практические, семинарские занятия</b>	
		16 час.	12 час.
		<b>Лабораторные занятия</b>	
		час.	час.
		<b>Самостоятельная работа</b>	
		36.85 час.	44.35 час.
<b>Индивидуальные задания*:</b>			
ТМК 2	ТМК 2		
<b>Форма промежуточной аттестации:</b> (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 – 34/36.85

для заочной формы обучения – 26/44.35



## 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.04.01* «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>
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИДК-1 <sub>УК-1</sub> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИДК-2 <sub>УК-1</sub> Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИДК-3 <sub>УК-1</sub> Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи ИДК-4 <sub>УК-1</sub> При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы ИДК-5 <sub>УК-1</sub> Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки



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 <sup>1</sup>	п <sup>2</sup>	лаб <sup>3</sup>	инд <sup>4</sup>	СР <sup>5</sup>		л	п	лаб	инд	СР
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>МОДУЛЬ 1. Информационные технологии профессиональной деятельности.</b>												
<b>Смысловой модуль 1. Интернет-технологии в маркетинге и рекламе.</b>												
Тема 1. Сеть Интернет как инструмент маркетинга.	11.1	3	2			6.1	11.3	2	2			7.3
Тема 2. Разработка стратегии продвижения в сети Интернет.	13.1	3	4			6.1	11.3	2	2			7.3
<b>Итого по смысловому модулю 1</b>	24.2	6	6			12.2	22.6	4	4			14.6
<b>Смысловой модуль 2. Информационные технологии в маркетинге и рекламе.</b>												
Тема 3. Информационная безопасность профессиональной деятельности.	11.1	3	2			6.1	13.3	4	2			7.3
Тема 4. Методы сбора и анализа маркетинговой информации.	11.1	3	2			6.1	11.3	2	2			7.3
Тема 5. Методы прогнозирования экономических показателей	12.1	3	3			6.1	11.3	2	2			7.3

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л <sup>1</sup>	п <sup>2</sup>	лаб <sup>3</sup>	инд <sup>4</sup>	СР <sup>5</sup>		л	п	лаб	инд	СР
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 6. Обзор пакетов прикладных программ для маркетинговой и рекламной деятельности.	12.35	3	3			6.35	17.85	2	8			7.85
<b>Итого по смысловому модулю 2</b>	<b>46.65</b>	<b>12</b>	<b>10</b>			<b>24.65</b>	<b>51.75</b>	<b>10</b>	<b>12</b>			<b>29.75</b>
<b>Всего часов в семестре</b>												
<b>Катт</b>	<b>0,9</b>						<b>1,4</b>					
<b>СРэк</b>												
<b>ИК</b>												
<b>КЭ</b>												
<b>Каттэк</b>	<b>0,25</b>						<b>0,25</b>					
<b>Контроль</b>												
<b>Всего часов</b>	<b>72</b>	<b>18</b>	<b>16</b>			<b>36.85</b>	<b>72</b>	<b>14</b>	<b>12</b>			<b>44.35</b>

- 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.	2	2
2	Разработка стратегии продвижения в сети Интернет	4	2
3	Информационная безопасность в профессиональной деятельности.	2	2
4	Методы сбора и анализа маркетинговой информации.	2	2
5	Методы прогнозирования экономических показателей.	3	2
6	Обзор пакетов прикладных программ для маркетинговой и рекламной деятельности.	3	2
<b>Всего:</b>		<b>16</b>	<b>12</b>

#### 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.	6.1	7.3
2	Разработка стратегии продвижения в сети Интернет	6.1	7.3
3	Информационная безопасность в профессиональной деятельности.	6.1	7.3
4	Методы сбора и анализа маркетинговой информации.	6.1	7.3
5	Методы прогнозирования экономических показателей.	6.1	7.3
6	Обзор пакетов прикладных программ для маркетинговой и рекламной деятельности.	6.35	7.85
Всего:		36.85	44.35

## 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
- частное от деления суммы всех значений признака на их число
  - величина, равная среднему значению квадрата отклонений отдельных значений признаков от средней
  - величина, равная среднему значению модуля отклонений отдельных значений признаков от средней
- 6) Среднее линейное отклонение – это
- частное от деления суммы всех значений признака на их число
  - величина, равная среднему значению квадрата отклонений отдельных значений признаков от средней
  - 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 (число ответов респондентов). Используется для всех



видов шкал.

- е) 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	<i>зачет</i>	<i>100</i>
<b>Итого за семестр</b>		<i>100</i>

\* 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>
<b>Итого за семестр</b>		<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			
T1	T2	T3	T4	T5	T6	100
10	10	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
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. библ. 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	<p>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.</p> <p>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.</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.04.01**

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки  
Профиль

38.03.01 Экономика

Маркетинг

(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.

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	ИДК-1 <sub>УК-1</sub> Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИДК-2 <sub>УК-1</sub> Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИДК-3 <sub>УК-1</sub> Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи ИДК-4 <sub>УК-1</sub> При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы ИДК-5 <sub>УК-1</sub> Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки

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. 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.

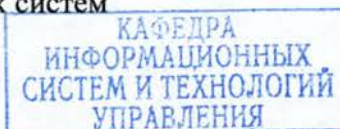
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

  
(подпись)

Заведующий кафедрой информационных систем  
и технологий управления

Бессарабов В.О., д.э.н., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)



  
(подпись)