

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр бакалавриата Менеджмент



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Д.А. Таюрский



_____» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Информационные системы маркетинга Б1.В.ДВ.5

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2016

Автор(ы): Новикова Е.Н.

Рецензент(ы): Рольбина Е.С.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No _____ от "_____" _____ 20__ г.

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):

Протокол заседания УМК No _____ от "_____" _____ 20__ г.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
 - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
 - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
 - 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Новикова Е.Н. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), Elena.Novikova@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений
ОПК-3	способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
ОПК-4	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации
ОПК-5	владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем
ОПК-6	владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
ОПК-7	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК-1	владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры
ПК-10	владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления
ПК-11	владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов
ПК-12	умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)
ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-3	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
ПК-6	способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

- сущность, цели и задачи создания и функционирования информационных технологий и информационных систем маркетинга,
- структуру систем поддержки принятия маркетинговых решений и основные аналитические технологии решения задач маркетинга;

Должен уметь:

- верно осуществить постановку задач маркетинга в информационной среде,
- правильно спланировать все мероприятия по проектированию информационной системы маркетинга и эффективно организовать их осуществление,
- оценивать эффективность функционирования маркетинговых информационных систем;

Должен владеть:

навыками работы с системами поддержки принятия маркетинговых решений (СППР) и телекоммуникационными технологиями;
методами использования технологического обеспечения маркетинговой деятельности.

Должен демонстрировать способность и готовность:

- верно осуществить постановку задач маркетинга в информационной среде,
- правильно спланировать все мероприятия по проектированию информационной системы маркетинга и эффективно организовать их осуществление,
- оценивать эффективность функционирования маркетинговых информационных систем;
- работать с системами поддержки принятия маркетинговых решений (СППР) и телекоммуникационными технологиями.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.5 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 "Менеджмент (не предусмотрено)" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе в 5 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 54 часа(ов), в том числе лекции - 26 часа(ов), практические занятия - 28 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 36 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 18 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 5 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Сущность структура и состав информационной системы маркетинга	5	4	4	0	4
2.	Тема 2. Информационное и техническое обеспечение автоматизированных информационных систем	5	2	2	0	4
3.	Тема 3. Создание и оценка эффективности АИС	5	4	2	0	4
4.	Тема 4. Основные аналитические технологии в поддержке принятия решений в сфере маркетинга	5	6	6	0	6
5.	Тема 5. Решение задач маркетинга в корпоративных информационных системах	5	2	2	0	4
6.	Тема 6. Программные продукты в маркетинге	5	4	6	0	6
7.	Тема 7. Геомаркетинговые информационные системы	5	2	2	0	4
4.2	Тема 8. Удержание клиентов					
Тема 8.	Сущность структура и состав информационной системы маркетинга CRM (Customer Relationship Management) Информационные системы маркетинга - предмет и его содержание.				0	4

Структура и состав информационной системы маркетинга. Важнейшие причины необходимости автоматизации информационных процессов в маркетинге. Понятия автоматизированной информационной системы (АИС) и автоматизированной технологии (АИТ) в управлении маркетингом и их структурные элементы. Задачи, реализуемые автоматизированной информационной системой маркетинга. Сущность систем поддержки принятия маркетинговых решений.

Тема 2. Информационное и техническое обеспечение автоматизированных информационных систем

Понятия ?информация? и ?маркетинговая информация?. Их роль в маркетинговых исследованиях. Система маркетинговой информации. Первичная и вторичная маркетинговая информация, их источники.

Информационные потребности службы маркетинга предприятия (фирмы). Классификация информационного обеспечения информационной системы, рабочих мест и технологий, состав и требования к информационному обеспечению систем.

Характеристика и назначение технических средств информационных систем маркетинга.

Тема 3. Создание и оценка эффективности АИС

Стратегическое планирование и этапы проектирования АИС маркетинга.

Жизненный цикл информационной системы и роль пользователя в создании АИС и постановке задач маркетинга. Матрица МакФарлан МакКенни. МОдели жизненного цикла ИСМ.

Использование типовых решений и автоматизация проектирования АИС

Тема 4. Основные аналитические технологии в поддержке принятия решений в сфере маркетинга

Технология факторного анализа методами ?что, если?? (What ?if). Технология корреляционно-регрессионного анализа. Технология решения линейной оптимизационной задачи. Технологии анализа и прогнозирования на основе трендов. Инструментальные средства MS Excel 2000 для реализации аналитических технологий.

Тема 5. Решение задач маркетинга в корпоративных информационных системах

Понятие и особенности КИС, требования к ним. Тенденции развития КИС. Структура корпоративной информационной системы ?Галактика?. Возможности модуля ?Клиент?. Управление рекламными кампаниями?. Технологическая схема решения задач маркетинга в системе ?Галактика?. Типы отчетов модулей ?Клиент? ?Управление рекламными кампаниями?.

Тема 6. Программные продукты в маркетинге

Общий обзор программных продуктов, предназначенных для поддержки маркетинговой деятельности; назначение и функциональные возможности программы Marketing Analytic 5.0. Программы, предназначенные для обеспечения маркетинговых исследований: Vortex, SPSS (Statistical Package of Social Science).

Инструментальные средства маркетинговой информационной системы: ?Да-система? (детерминационный анализ данных); МКОТС 2.0 (Метод Комплексной Оценки Товарных Систем); MarketingMix; КонСи ?сегментирование; КонСи - Ценовой мониторинг; КонСи - Региональный маркетинг.

Назначение системы поддержки принятия решений ?Project Expert?. Программные приложения СППР ?Project Expert? 7.0.Общая характеристика программного продукта ?БЭСТ- маркетинг? и организация работы с ним.

Инструментальные средства моделирования маркетинговой деятельности предприятия: компьютерная деловая игра "Дельта".

Тема 7. Геомаркетинговые информационные системы

Сущность и основные понятия геомаркетинга и геоинформационных технологий. Сферы применения.

Геомаркетинговая информационная система. Основы технологии сбора и обработки данных.

Геомаркетинговая информационная система ?Marketing Geo?: общая характеристика и назначение программного продукта; маркетинговые исследования и ведение базы данных клиентов, конкурентов, поставщиков средствами программы.

Тема 8. Управление комплексом маркетинга на основе концепции CRM (Customer Relationship Management)

Предпосылки возникновения и

природа маркетинга

взаимоотношений. Сущность, принципы и инструменты CRM-концепции. Автоматизация коммуникаций с клиентами Автоматизация обработки заказов, Автоматизация маркетинга и вспомогательных процессов. Обзор CRM-решений в России.

Система управления персональными продажами Битрикс24.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301).

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Положение от 24 декабря 2015 г. № 0.1.1.67-06/265/15 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Положение № 0.1.1.67-06/241/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Положение № 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Регламент № 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удаления электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Регламент № 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

Регламент № 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет""

ЭОР "Информационные системы маркетинга" - <http://edu.kpfu.ru/course/view.php?id=1320>

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
Семестр 5			
	Текущий контроль		
1	Письменная работа	ОПК-4 , ОПК-5	1. Сущность структура и состав информационной системы маркетинга 2. Информационное и техническое обеспечение автоматизированных информационных систем 3. Создание и оценка эффективности АИС 4. Основные аналитические технологии в поддержке принятия решений в сфере маркетинга
2	Письменная работа	ПК-11 , ОПК-7	5. Решение задач маркетинга в корпоративных информационных системах 6. Программные продукты в маркетинге 7. Геомаркетинговые информационные системы 8. Управление комплексом маркетинга на основе концепции CRM (Customer Relationship Management)
3	Тестирование	ПК-11	1. Сущность структура и состав информационной системы маркетинга 2. Информационное и техническое обеспечение автоматизированных информационных систем
4	Кейс	ОПК-7	4. Основные аналитические технологии в поддержке принятия решений в сфере маркетинга 8. Управление комплексом маркетинга на основе концепции CRM (Customer Relationship Management)
	Экзамен		

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Семестр 5					
Текущий контроль					

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Письменная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	1
					2
Тестирование	86% правильных ответов и более.	От 71% до 85 % правильных ответов.	От 56% до 70% правильных ответов.	55% правильных ответов и менее.	3
Кейс	Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для нахождения решения проблемных ситуаций. Прекрасное владение знаниями и навыками, необходимыми для решения кейса. Высокий уровень самостоятельности, инициативности, креативности, коммуникативных навыков, способности к планированию и предвидению результатов.	Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для нахождения решения проблемных ситуаций. Достаточное владение знаниями и навыками, необходимыми для решения кейса. Хороший уровень самостоятельности, инициативности, креативности, коммуникативных навыков, способности к планированию и предвидению результатов.	Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для нахождения решения проблемных ситуаций. Слабое владение знаниями и навыками, необходимыми для решения кейса. Низкий уровень самостоятельности, инициативности, креативности, коммуникативных навыков, способности к планированию и предвидению результатов.	Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для нахождения решения проблемных ситуаций. Недостаточное владение знаниями и навыками, необходимыми для решения кейса. Недостаточный для решения профессиональных задач уровень самостоятельности, инициативности, креативности, коммуникативных навыков, способности к планированию и предвидению результатов.	4

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
Экзамен	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.	Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.	Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	

6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Семестр 5

Текущий контроль

1. Письменная работа

Темы 1, 2, 3, 4

Вопросы для подготовки к контрольной работе

1. Состояние информационного рынка России. Законодательство в сфере ИКТ
2. Характеристика маркетинговой информационной системы.
3. Классификация МИС и МИТ.
4. Необходимость и условия эффективного использования систем поддержки принятия маркетинговых решений (СППМР) службой маркетинга.
5. Сущность и структура экспертной системы.
6. Текущее состояние информационных систем и динамика их развития.
7. Проблемы развития рынка маркетинговых информационных технологий в РФ. Стратегические цели и приоритеты развития ИТ в РФ.
8. Законодательство в области информатизации в РФ.
9. Стратегическое планирование создания АИС и АИТ маркетинга.
10. Базовые стратегии проектирования АИС и АИТ маркетинга.
11. Стратегическая матрица McFarlan McKenney.
12. Понятие эффективности МИС. Подходы к оценке эффективности инвестиций в создание МИС и факторы успеха внедрения маркетинговых информационных систем и технологий.
13. Стадии разработки и этапы проектирования МИС и МИТ с позиции руководства организации.
14. Жизненный цикл и модели жизненного цикла ИС.
15. План постановки задачи заказчиком МИС.

2. Письменная работа

Темы 5, 6, 7, 8

Вопросы для подготовки к контрольной работе

1. Программное и аппаратное обеспечение МИС.

2. Информационное обеспечение маркетинга (ИО). Структура, требования к ИО.
3. Классификация маркетинговой информации.
4. Предпосылки использования корреляционно-регрессионного анализа.
5. Проектирование маркетинговой информационной задачи факторного анализа с использованием статистического пакета анализа MS Excel 2010.
6. Проектирование информационной задачи проведения корреляционно-регрессионного анализа маркетинговых данных на базе применения статистического пакета анализа.
7. Проектирование информационной задачи оптимизации маркетинговых данных с использованием средств MS Excel 2010.
8. Проектирование информационной задачи трендового анализа и прогнозирования маркетинговых данных и ее реализация на основе использования универсального генератора поддержки принятия решений MS Excel 10
9. Понятие и состав электронного офиса в маркетинге.
10. Организационные аспекты построения МИТ на базе электронного офиса.
11. Угрозы безопасности маркетинговой и коммерческой информации.
12. Методические и практические подходы к созданию системы защиты
13. Особенности корпоративных информационных систем.

3. Тестирование

Темы 1, 2

1. Проектирование информационной системы производится в следующей последовательности:

- а) Эскиз проекта
- б) Оценка проекта
- в) Управление проектом
- г) Построение и тестирование инф. системы

2. Одно из направлений информатики, цель которого разработка аппаратно-программных средств, позволяющих пользователю-непрограммисту ставить и решать свои задачи, традиционно считающиеся интеллектуальными, общаясь с ЭВМ на языке, близком к естественному:

- а) система искусственного интеллекта;
- б) экспертная система;
- в) система поддержки принятия решения.

3. Программа Marketing Geo предназначена для (3):

- а) расчета емкости рынка
- б) создания баз данных по клиентам, поставщикам и конкурентам
- в) обработки результатов проведенных опросов
- г) осуществления прямого маркетинга по базам данных
- д) товарно-региональных рыночных исследований

4. В каком разделе программы Project Expert находится описание плана производства, затрат на персонал

- а) проект
- б) компания
- в) окружение
- г) инвестиционный план
- д) операционный план

5. Стратегия, при которой необходима сильная поддержка со стороны высшего руководства и при которой в развитие ИС вкладываются значительные средства называется:

- а) первенство
- б) монополия
- в) центральное планирование
- г) необходимое зло
- д) свободный рынок
- е) скудные ресурсы

6. Совокупность аппаратных, программных, методических и языковых средств, обеспечивающих автоматизацию функций пользователя в некоторой предметной области и позволяющих оперативно удовлетворять его информационные и вычислительные потребности называется

- а) Автоматизированная информационная технология;
- б) Автоматизированное рабочее место;
- в) Автоматизированная информационная система.

7. Стратегия, при которой средства в развитие ИТ вкладываются только ради достижения глобальной цели фирмы:

- а) первенство
- б) монополия
- в) центральное планирование
- г) необходимое зло

д) свободный рынок

е) скудные ресурсы

8. Маркетинговая информационная технология, разновидность информационного маркетинга, основанная на всестороннем анализе рынка, формировании и использовании ?портфеля заказов? называется:

а) геомаркетинг

б) автоматизированный маркетинг

в) телепроспектинг

г) CASE - технология

9. Отличительными чертами Информационного общества являются (2):

а) информационная экономика

б) высокий уровень информационных потребностей всех членов общества

в) наличие инфраструктуры информационного рынка

г) использование телекоммуникационных технологий

10. Геоинформационная система включает в себя следующие подсистемы (3):

а) Подсистема сбора

б) Подсистема обработки

в) Подсистема наблюдения

г) Экспертная система

д) Подсистема маркетинговых исследований

4. Кейс

Темы 4, 8

Кейс 1

Руководство 14 крупных магазинов провело исследование, результаты которого приведены в таблице 4.

Определите:

1) насколько качество обслуживания, цена и качество продукции влияют на выбор потребителем места приобретения товара?

2) какой показатель влияет сильнее?

3) постройте многофакторную регрессионную модель потребительских предпочтений и проанализируйте ее.

Кейс 2.

Туристическая компания ?Ливли Олдис Трэвел? специализируется на продаже дорогих заокеанских туров пожилым людям в возрасте выше 50 лет. Компания желает выяснить, с чем больше связан объем средств, расходуемых клиентами на путешествия, - с их возрастом или с уровнем их доходов, или с тем и другим фактором. В процессе недавнего обследования клиентов фирмы были получены следующие данные (табл. 5)

Задания:

1. Используйте MS Excel для обработки данных и множественного регрессионного анализа и порекомендуйте компании наиболее подходящее уравнение регрессии.

2. Используйте выбранное вами уравнение регрессии для составления прогноза ежегодных затрат на путешествия 65 летней супружеской четой, имеющих после уплаты налогов доход в размере 25 тыс. ф. ст.

Экзамен

Вопросы к экзамену:

1. Важнейшие предпосылки необходимости автоматизации информационных процессов в маркетинге.

2. Характеристика маркетинговой информационной системы. Различные подходы к структуре МИС.

3. Классификация МИС и МИТ.

4. Необходимость и условия эффективного использования систем поддержки принятия маркетинговых решений (СППМР) службой маркетинга. Возможные барьеры на пути успешного внедрения МИС.

5. Сущность, структура и области применения экспертных систем.

6. Текущее состояние маркетинговых информационных систем и динамика их развития.

7. Проблемы развития рынка маркетинговых информационных технологий в РФ. Стратегические цели и приоритеты развития ИТ в РФ.

8. Законодательство в области информатизации в РФ.

9. Стратегическое планирование создания АИС и АИТ маркетинга.

10. Базовые стратегии проектирования АИС и АИТ маркетинга. Стратегическая матрица McFarlan?McKenney.

11. Понятие эффективности МИС. Подходы к оценке эффективности инвестиций в создание МИС и факторы успеха внедрения маркетинговых информационных систем и технологий.

12. Стадии разработки и этапы проектирования МИС и МИТ с позиции руководства организации. План постановки задачи заказчиком МИС.

13. Жизненный цикл и модели жизненного цикла ИС.

14. Использование типовых решений внедрения ИС и автоматизация проектирования ИС.

15. Процедуры преобразования информации и технологическое обеспечение МИС. Программное и аппаратное обеспечение МИС.

16. Информационное обеспечение маркетинга (ИО). Структура, требования к ИО. Классификация маркетинговой информации.
17. Предпосылки использования корреляционно-регрессионного анализа. Проектирование информационной задачи проведения корреляционно-регрессионного анализа маркетинговых данных на базе применения статистического пакета анализа.
18. Проектирование маркетинговой информационной задачи факторного анализа с использованием статистического пакета анализа MS Excel 2007.
19. Проектирование информационной задачи оптимизации маркетинговых данных с использованием средств MS Excel 2007.
20. Проектирование информационной задачи трендового анализа и прогнозирования маркетинговых данных и ее реализация на основе использования универсального генератора поддержки принятия решений MS Excel 2007
21. Понятие и состав электронного офиса в маркетинге. Организационные аспекты построения МИТ на базе электронного офиса.
22. Угрозы безопасности маркетинговой и коммерческой информации. Методические и практические подходы к созданию системы защиты маркетинговой информации.
23. Сущность, виды и особенности корпоративных информационных систем. Структура КИС ?Галактика?.
24. Технология работы в модуле ?Клиент? КИС ?Галактика?. Технология работы в модуле ?Рекламные кампании? КИС ?Галактика?.
26. СППР ?БЭСТ-маркетинг?. Назначение и возможности
27. Технология OLAP в СППР маркетинга
28. Имитационное моделирование маркетинговой деятельности: характеристика и ограничения.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Семестр 5			
Текущий контроль			
Письменная работа	Обучающиеся получают задание по освещению определённых теоретических вопросов или решению задач. Работа выполняется письменно и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.	1	15
		2	15
Тестирование	Тестирование проходит в письменной форме или с использованием компьютерных средств. Обучающийся получает определённое количество тестовых заданий. На выполнение выделяется фиксированное время в зависимости от количества заданий. Оценка выставляется в зависимости от процента правильно выполненных заданий.	3	10
Кейс	Обучающиеся получают задание предложить решение для определённой практической ситуации, как правило, моделирующей ситуацию профессиональной деятельности. Оцениваются применение методов анализа кейса, навыки, необходимые для профессиональной деятельности, найденное решение.	4	10
Экзамен	Экзамен нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература:

1. Информационные технологии в профессиональной деятельности: Учебное пособие / Е.Л. Федотова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2012. - 368 с.: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=322029>

2. Акперов И. Г. Информационные технологии в менеджменте: Учебник / И.Г. Акперов, А.В. Сметанин, И.А. Коноплева. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 400 с.//. <http://znanium.com/bookread.php?book=221830>

3. Гаврилов Л. П. Информационные технологии в коммерции: Учебное пособие / Л.П. Гаврилов. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 238 с. [//http://znanium.com/bookread.php?book=194901](http://znanium.com/bookread.php?book=194901)

7.2. Дополнительная литература:

1. Информационные технологии: Учебное пособие / Е.Л. Румянцева, В.В. Слюсарь; Под ред. Л.Г. Гагариной. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 256 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=392410>

2. Черников Б. В. Информационные технологии управления: Учебник / Б.В. Черников. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 368 с.: <http://znanium.com/bookread.php?book=373345>

5. Федотова Е. Л. Информационные технологии в профессиональной деятельности: Учебное пособие / Е.Л. Федотова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2012. - 368 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=322029>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Harvard Extension School - [ttp://www.extension.harvard.edu/courses/subject/management](http://www.extension.harvard.edu/courses/subject/management)

Журнал - <http://novtex.ru/IT/>

Интеллект-сервис - www.intellect-service.ru

Информационные технологии - <http://www.it.ru/>

Корпоративный менеджмент -информационно-образовательный портал - <http://www.cfin.ru/>

Общероссийская маркетинговая система - <http://oms.ram.ru>

Управление развитием информационных систем - <http://www.intuit.ru/department/itmngt/mandevisys/5/>

ЭСМ .Экономика. Социология. Менеджмент. Федеральный образовательный портал - <http://ecsocman.hse.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Методические рекомендации к лекциям Каждая тема содержит лекционный материал, список литературы для самостоятельного изучения, вопросы и задания для подготовки к семинарским и/или практическим занятиям, а также материалы для самостоятельной работы. Необходимо заранее обеспечить себя этими материалами и литературой или доступом к ним. Лекционный материал и указанные литературные источники по соответствующей теме необходимо изучить до посещения соответствующего лекционного занятия, так как лекция в аудитории предполагает раскрытие актуальных и проблемных вопросов рассматриваемой темы, а не содержания лекционного материала. Таким образом, для понимания того, что будет сказано на лекции, необходимо получить базовые знания по теме, которые содержаться в лекционном материале.
практические занятия	Практическое занятие по дисциплине является аудиторным занятием, в процессе которого преимущественно осуществляется отработка навыков использования программного обеспечения для решения маркетинговых задач, а также контроль знаний, полученных студентом самостоятельно. В связи с этим такое занятие начинается либо с выполнения практического задания, либо с контрольной работы, которая может проводиться по лекционному материалу темы, литературным источникам, указанным по данной теме заданиям для самостоятельной работы. В связи с этим подготовка к практическому занятию заключается в том, что бы до практического занятия изучить лекционный материал и указанные по теме литературные источники выполнить задания для самостоятельной работы.

Вид работ	Методические рекомендации
самостоятельная работа	Самостоятельная работа является одним из видов учебной деятельности обучающихся, способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня. Самостоятельная работа проводится с целью: □ систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; □ углубления и расширения теоретических знаний; □ формирования умений использовать специальную литературу; □ развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, ответственности и организованности; □ формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации; □ развития исследовательских умений. Основными видами аудиторной самостоятельной работы являются: □ выполнение практических работ ; работа с литературой и другими источниками информации, в том числе электронными; □ само- и взаимопроверка выполненных заданий; □ решение проблемных и ситуационных задач. Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия: - готовность студентов к самостоятельному труду; - наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала; - консультационная помощь. Самостоятельная работа может проходить в компьютерном зале, библиотеке, дома. Самостоятельная работа тренирует волю, воспитывает работоспособность, внимание, дисциплину и т.д.
тестирование	Тестирование - стандартизированное задание, позволяющее измерить уровень знаний обучающихся, совокупность их представлений, знаний, умений и навыков в той или иной области содержания. Основные функции тестирования: - выявление уровня знаний, умений, навыков обучающегося - это основная, и самая очевидная функция тестирования; - мотивирование обучающегося к активизации работы по усвоению учебного материала - дисциплинирует и организует обучающихся, помогает выявить и устранить пробелы в знаниях, формирует стремление развить свои способности. Тестирование предполагает выбор обучающимся одного правильного варианта из нескольких. Данный вид работы проводится как с целью контроля и оценки успеваемости по определенной теме, так и для усвоения знаний. В частности, для достижения последней цели по итогам тестирования с обучающимися проводится работа над ошибками с обозначением правильных ответов и соответствующим объяснением
кейс	Кейс-задание содержат описания реальной практической ситуации и совокупности сформулированных к ней вопросов в тестовой форме. Выполнение кейс-заданий требует проявления умений анализировать конкретную информацию, проследить причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения, целостного решения проблемы возможно, не-традиционного мышления. Кейсы не могут иметь однозначно правильного ответа, но имеют наиболее правдоподобные. Очень важным при использовании кейсов при оценивании является не только само решение, сколько процесс его принятия и доказательства и доводы в его пользу, самостоятельность и ответственность студентов при решении. Решение кейсов (как процедура оценивания) может быть выполнено группой или индивидуально, в зависимости от целей оценки. По времени процедура может занимать от 2-3 часов до 20-30 минут.
письменная работа	В конце изучения всех тем проводится тематическая контрольная письменная работа, которая является средством промежуточного контроля оценки знаний. Подготовка к ней заключается в повторении пройденного материала и повторном решении заданий, которые рассматривались на занятиях, а также в выполнении заданий для самостоятельной работы.
экзамен	Подготовка к экзамену является заключительным этапом изучения дисциплины и является средством промежуточного контроля. В процессе подготовки к экзамену выявляются вопросы, по которым нет уверенности в ответе либо не понятно как выполняется практическое задание. Данные вопросы можно уточнить у преподавателя на консультации, которая проводится перед Экзаменомзачету.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины "Информационные системы маркетинга" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 2010 Professional Plus Russian

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен обучающимся. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Освоение дисциплины "Информационные системы маркетинга" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;

- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки не предусмотрено .