

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Экономический факультет



УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной
работе, качеству образования –
первый проректор
_____ Хагуров Т.А.
_____ » _____ 2018г.

**Б1.В.15 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки/ специальность:	38.03.06 «Торговое Дело»
Направленность (профиль) / специализация:	Маркетинг в торговле
Программа подготовки:	академическая
Форма обучения:	заочная
Квалификация (степень) выпускника:	бакалавр

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины **Б1.В.15 Информационные технологии в профессиональной деятельности** составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата).

Программу составил:
Луговой А.А.,
канд. техн. наук, доцент



Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела (разработчик) протокол №5 от 10.04.18 г.
Заведующий кафедрой

Костецкий А.Н.



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол УМК № 4 от 17.04.18 г.
Председатель УМК факультета,
д-р экон.наук, проф. Л.Н. Дробышевская



Рецензенты:

Шувалова Е.В., генеральный директор ООО Агентство «Р-класс маркет»

Никулина О.В., д-р экон. наук, профессор кафедры мировой экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «КубГУ»

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цели освоения дисциплины – формирование у студентов теоретических знаний, умений и навыков в области информационных технологий на основе применения современных программных продуктов, формирование компетенций, позволяющих применять маркетинговые информационные технологии в профессиональной деятельности.

1.2 Задачи курса:

- создать условия для изучения студентами методов оценки и анализа маркетинговой информации;
- создать условия для приобретения студентами навыков работы с маркетинговой информацией;
- сформировать навыки оформления результатов анализа, визуализации маркетинговой информации.

Изучение в шестом семестре курса «Информационные технологии в профессиональной деятельности» дает студентам программные инструменты для изучения других дисциплин экономического направления, преподаваемых в университете (экономика, менеджмент, социология, маркетинг). Настоящий курс подготавливает бакалавров к освоению в следующем семестре дисциплин «Рекламная деятельность», «Методы анализа и прогнозирования спроса в розничной торговле».

Учебный курс «Информационные технологии в профессиональной деятельности» рассчитан на 108 часов учебного времени и предусматривает 14,2 ч. контактной работы: проведение лекционных занятий (4 часов), практических занятий (10 час), ИКР (0,2 ч.), а также самостоятельную подготовку (90 часов), заканчивается сдачей зачета (3,8 ч.).

1.3 Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» относится к вариативной части ОПД ФГОС ВО (**Б1.В.15**) ООП бакалавриата направления «Торговое дело» профилями «Маркетинг услуг» и «Маркетинг в торговле». Ее изучение запланировано в 6 семестре 3 курса.

Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» базируется на дисциплинах базового цикла: «Информатика» и «Компьютерные программы и базы данных офисного назначения», «Компьютерные технологии обработки и анализа маркетинговой информации».

Дисциплина имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и основывается на дисциплинах профессионального цикла: «Маркетинг»; «Маркетинговые исследования»; «Статистика»; «Коммерческая деятельность». В свою очередь дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» является базой для изучения таких дисциплин как «Рекламная деятельность».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций ОПК-1, ОПК-4 и профессиональных ПК – 12.

№ п.п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК – 1	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	<ul style="list-style-type: none"> - тенденции на рынке ПО для торговых организаций - структуру маркетинговой информационной системы; - источники маркетинговой информации; - основные методы формирования маркетинговых баз данных с помощью MS Excel и STATISTICA; 	<ul style="list-style-type: none"> - находить источники маркетинговой информации и трансформировать их содержание в базы данных; - пользоваться инструментами MS Office, STATISTICA для обработки и оформления собранной маркетинговой информации 	<ul style="list-style-type: none"> - основными инструментами MS Excel, STATISTICA для обработки, анализа и графического представления маркетинговой информации; - способами формирования баз данных
2.	ОПК – 4	способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торговой-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	<ul style="list-style-type: none"> - способы кодирования, обработки и анализа собранной маркетинговой информации с помощью программ офисного назначения; - основные методы преобразования баз данных из вторичных источников с помощью MS Excel; - основные способы и методы работы с базами данных коммерческой организации с помощью программ офисного назначения; 	<ul style="list-style-type: none"> - преобразовывать данные коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торговой-технологической информации в STATISTICA; - интерпретировать результаты анализа; - выполнять анализ информации и графически представлять полученные результаты; - выявлять корреляционную зависимость между переменными массива собранных данных 	<ul style="list-style-type: none"> - методами обработки и анализа информации о коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях; - методами преобразования маркетинговых данных; - навыками визуализации маркетинговой информации

№ п.п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
3.	ПК – 8	готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	- основные виды программного обеспечения, применяемого в торговле для работы с клиентами: 1С.CRM; облачные: Битрикс24, Мегаплан; для проведения презентаций MS Power Point	- проводить презентации товара в MS Power Point; -пользоваться актуальной on-line информацией, размещенной в интернет, для повышения качества торгового обслуживания	- методами работы с on-line информацией, размещенной в интернет; - методами разработки и проведения презентации товара в MS Power Point;
4.	ПК – 12	способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	- тенденции на рынке программного обеспечения для торговых организаций; - методы анализа информационного содержания проекта	- формировать отчеты и презентации; -пользоваться информацией МИС о коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях.	- методами работы с информацией о коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях - способами проведения анализа в STATISTICA

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108) часов для заочной формы обучения их распределение по видам работ представлено в таблице.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)	
		5 семестр	6 семестр
Аудиторные занятия (всего)	14	8	6
В том числе:			
Занятия лекционного типа	4	4	
Занятия семинарского типа (практические занятия)	10	4	6
Иная контактная работа:			
Контроль самостоятельной работы (КСР)			
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2		0,2
Самостоятельная работа (всего)	90	46	44
В том числе:			
<i>Проработка учебного материала</i>	30	12	18
<i>Выполнение индивидуальных заданий</i>	52	32	20
<i>Реферат</i>			
<i>Подготовка к текущему контролю</i>	8	2	6

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)	
			5 семестр	6 семестр
Контроль:				
Подготовка к зачету		3,8		3,8
Общая трудо-емкость	час.	108	54	54
	в том числе контактная работа	18	8	10
	зач. ед	3		

Разделы дисциплины, изучаемые в семестре

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Информационные технологии: понятия, терминология, классификация	5	1	0		4
	Информационные технологии маркетинга	14	2	0		12
	Глобальные информационные технологии	5	1	0		4
	Практика применения программных средств Excel и STATISTICA в решении профессиональных задач	80		10		70
10	Зачёт	4				
	<i>Итого:</i>	108	4	10		90

2.3 Содержание тем дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Информационные технологии: понятия, терминология, классификация. Современный уровень программно-аппаратной реализации	Истоки и этапы развития информационных технологий. Классификация информационных технологий. Структура базовой информационной технологии. Концептуальный уровень (содержательный аспект). Процессы получения и отображения информации. Процессы накопления, обработки и обмена данными. Процессы формирования знаний.	О

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
		<p>Модель организации информационных процессов. Модель управления информацией, данными и знаниями.</p> <p>Физический уровень (программно-аппаратная реализация). Тенденции развития программно-аппаратных средств</p>	
2	Информационные технологии маркетинга	<p>Информационное обеспечение маркетинговой деятельности. Маркетинговые информационные системы (МИС).</p> <p>Управление взаимоотношениями с потребителем (CRM, 1С.CRM). Облачные программные продукты в маркетинге (Битрикс24, Мегаплан). Базовые функции маркетинговой ИС. Аналитические средства маркетинговых программ. Гибридные информационные маркетинговые системы.</p> <p>Системы поддержки принятия решений Средства управления проектами Project Professional. Современное обеспечение маркетинговых исследований.</p>	<i>О, ДП</i>
3	Глобальные информационные технологии и технологии для социальных сетей	<p>Географические информационные системы. Глобальные информационные технологии в области электронной продажи товаров. Приложения для статистического мониторинга интернет пользователей. Приложения для анализа пользователей социальных сетей. Приложения для продвижения в социальных сетях. Методы распознавания опасностей применения новых информационных технологий.</p>	<i>О, ДП</i>
4	Практика применения программных средств Excel и STATISTICA для обработки и анализа маркетинговых данных ВКР	<p>Сбор фрагментов баз данных маркетинговой информационной системы базового предприятия ВКР студента в таблицы Excel. Обработка данных маркетинговой информационной системы базового предприятия ВКР студента в таблицах Excel (кодирование, форматирование, подготовка к анализу). Обработка данных маркетинговой информационной системы базового предприятия ВКР студента в таблицах STATISTICA (кодирование, форматирование, подготовка к анализу). Анализ обработанных данных базового предприятия ВКР студента в таблицах Excel (тренд, экспоненциальное сглаживание, скользящее среднее). Анализ обработанных данных базового предприятия ВКР</p>	<i>О, ДП</i>

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
		студента средствами STATISTICA (частотный, кластерный, дискриминантный, дисперсионный). Построение графиков и диаграмм по результатам анализа средствами Excel и STATISTICA.	

2.3.2 Занятия практические

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Информационные технологии: понятия, терминология, классификация. Современный уровень программно-аппаратной реализации	Процессы получения и отображения информации. Процессы накопления, обработки и обмена данными. Процессы формирования знаний.	З
2	Информационные технологии маркетинга	Особенности хранения маркетинговой информации. Аналитические средства маркетинговых программ.	<i>ИПЗ, З</i>
3	Глобальные информационные технологии и технологии для социальных сетей	Географические информационные системы (2ГИС). Приложения для статистического мониторинга интернет пользователей (ЯндексМетрика, GoogleDate). Приложения для анализа пользователей социальных сетей и для продвижения в социальных сетях (VK, Instagram). Методы распознавания опасностей применения новых информационных технологий.	З
4	Практика применения программных средств Excel и STATISTICA для обработки и анализа маркетинговых данных ВКР	Сбор фрагментов баз данных маркетинговой информационной системы базового предприятия ВКР студента в таблицы Excel. Обработка данных маркетинговой информационной системы базового предприятия ВКР студента в таблицах Excel (кодирование, форматирование, подготовка к анализу). Обработка данных маркетинговой информационной системы базового предприятия ВКР студента в таблицах STATISTICA (кодирование, форматирование, подготовка к анализу). Анализ обработанных данных базового предпри-	<i>ИПЗ, РКС</i>

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
		ятия ВКР студента в таблицах Excel (тренд, экспоненциальное сглаживание, скользящее среднее). Анализ обработанных данных базового предприятия ВКР студента средствами STATISTICA (кластерный, частотный, дискриминантный, дисперсионный). Построение графиков и диаграмм по результатам анализа средствами Excel и STATISTICA.	

О – опрос, ДП - доклад презентация, ИПЗ - индивидуальные (или для малых групп) практические задания, З - задачи, РКС - разбор конкретных ситуаций

2.3.3 Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия - не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы – не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовка к семинарским занятиям	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Подготовка к решению задач	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
3	Подготовка докладов-презентаций	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г.
4	Подготовка к текуще-	Методические указания по выполнению самостоятельной работы

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
	му контролю	обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

3. Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности» практические занятия, консультации являются основными формами обучения в рамках семинарской образовательной технологии.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО реализация компетентного подхода предусматривает использование в учебном процессе интерактивных занятий в форме разбора конкретных ситуаций, on-line поиска решения в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. При освоении дисциплины в учебном процессе используются также:

- работа по заданию в малых группах;
- доклады-презентации индивидуальных работ.

В рамках учебной дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности» предусмотрено выполнение заданий в on-line режиме с выходом в интернет, работа с базами данных курсовых работ и ВКР студентов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

4.1.1. Примеры тем для заданий

1. STATISTICA как инструмент преобразования информации в электронный вид.
2. Операции преобразования и формирования маркетинговой информации.
3. Технология работы с табличными данными в STATISTICA
4. Техники копирования данных из интернет-источников. Особенности копирования данных сайтов gks.ru, fedstat.ru, customs.ru в STATISTICA
5. Приемы ранжирования, разделения данных.
6. Создание и вычисление новых переменных в STATISTICA.
7. Сохранение файлов данных в STATISTICA
8. Составление отчетов в STATISTICA
9. Разработка форм анкет для обработки в STATISTICA
10. Разработка форм опросных листов для обработки в STATISTICA
11. Разработка форм листов наблюдения для обработки в STATISTICA

12. Разработка форм ввода данных маркетингового исследования
13. Построение графиков, диаграмм в для обработки в STATISTICA
14. Структура отчета о маркетинговом исследовании
15. Работа с базами данных курсовых работ и ВКР по индивидуальным планам студентов
16. Сведения о средних зарплатах по 20 специальностям в городах России (17 городов) по данным expert.ru приведены в таблице.

Таблица - Средняя зарплата квалифицированного персонала

№	Должность	Москва	Санкт-Петербург	Краснодар
1	Android/iOS-разработчик	110000,0	90000,0	72000,0
2	PHP-программист	90000,0	74000,0	59000,0
3	Web-аналитик	90000,0	74000,0	59000,0
4	Web-дизайнер	60000,0	49000,0	39000,0
5	Аналитик Big Data	120000,0	98000,0	78000,0
6	Архитектор	75000,0	62000,0	49000,0
7	Бухгалтер	50000,0	41000,0	33000,0
8	Врач-стоматолог	70000,0	57000,0	46000,0
9	Грузчик	30000,0	25000,0	20000,0
10	Инженер-проектировщик	70000,0	57000,0	46000,0
11	Инженер-строитель	70000,0	57000,0	46000,0
12	Медсестра, медбрат	35000,0	29000,0	23000,0
13	Менеджер по PR	67000,0	55000,0	44000,0
14	Менеджер по закупкам	60000,0	49000,0	39000,0
15	Менеджер по логистике	63000,0	52000,0	41000,0
16	Менеджер по маркетингу	68000,0	56000,0	44000,0
17	Менеджер по персоналу	55000,0	45000,0	36000,0
18	Менеджер по работе с клиентами	65000,0	53000,0	42000,0
19	Оператор call-центра	33000,0	27000,0	21000,0
20	Охранник	35000,0	29000,0	23000,0

Требуется:

Выполнить линейный регрессионный анализ зависимости зарплат в Краснодаре и двух других городах:

- 1) построить график рассеяния для двух пар городов;
- 2) определить линейную модель зависимости вида:

$$\text{Зарплата города } Y = b \times \text{зарплата Краснодара} + c$$
- 3) вычислить коэффициент регрессии R^2 .

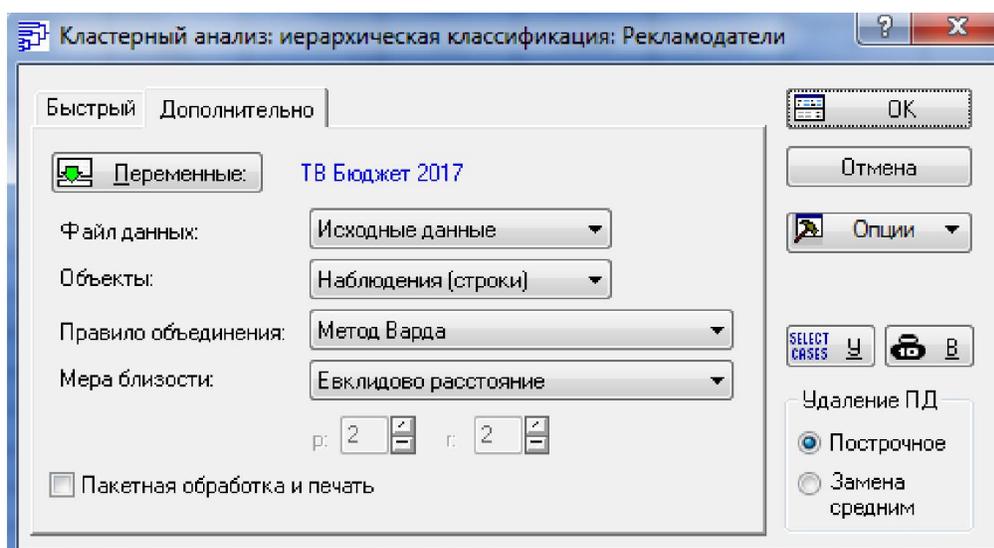
17. Сведения о бюджетах 20 крупнейших рекламодателей России по данным adindex.ru приведены в таблице.

РЕКЛАМОДАТЕЛЬ	ТВ	Пресса	Радио	ООН	Баннерная реклама	Бюджет 2017	Бюджет 2016	Место 2017	Место 2016
PROCTER & GAMBLE	5 446	799	5	26	87	6 363	8 079	1	1

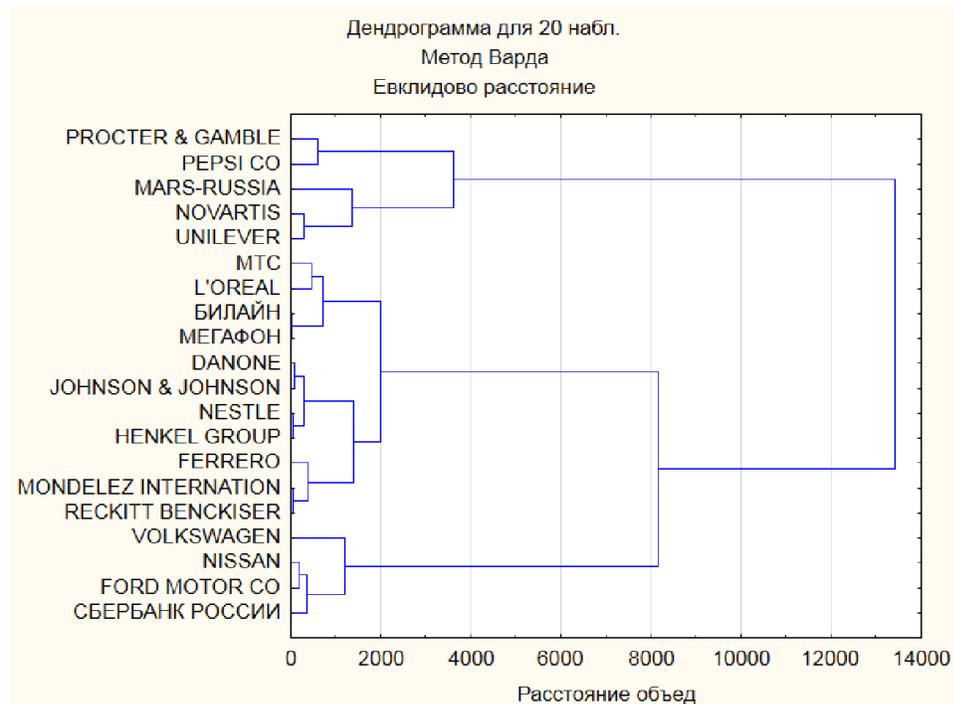
РЕКЛАМОДАТЕЛЬ	ТВ	Пресса	Радио	ООН	Баннерная реклама	Бюджет 2017	Бюджет 2016	Место 2017	Место 2016
PEPSI CO	5 628	18	2	142	8	5 797	7 073	2	2
MARS-RUSSIA	4 894	1		72	109	5 077	6 966	3	3
MTC	2 805	55	127	776	332	4 096	4 440	4	7
NOVARTIS	4 253	66	48	7	10	4 384	3 984	5	9
VOLKSWAGEN	1 740	411	372	571	300	3 394	3 490	6	11
UNILEVER	3 999	83	9	91	17	4 198	6 132	7	4
L'OREAL	3 242	669	-	24	13	3 949	5 034	8	5
БИЛАЙН	2 768	15	127	645	125	3 679	3 494	9	10
МЕГАФОН	2 786	22	88	696	98	3 689	3 073	10	16
NISSAN	1 278	130	506	412	384	2 711	2 676	11	19
DANONE	3 441	8	1	46	95	3 591	3 414	12	14
NESTLE	3 317	22	-	90	32	3 461	4 558	13	6
JOHNSON & JOHNSON	3 452	19	25	14	2	3 513	3 077	14	15
HENKEL GROUP	3 303	47		50	9	3 409	4 135	15	8
СБЕРБАНК РОССИИ	1 549	238	110	442	213	2 551	2 229	16	25
FORD MOTOR CO	1 220	76	448	504	277	2 524	2 416	17	23
FERRERO	3 118		9	149	2	3 278	3 473	18	13
MONDELEZ INTERNATIONAL	2 911	19	-	21	107	3 057	3 487	19	12
RECKITT BENCKISER	2 964	52	15			3 031	3 022	20	17

Требуется:

Провести иерархический кластерный анализ рекламодателей по видам рекламы и бюджету в Statistica:



- 1) выполнить анализ по методу Ward;
- 2) выбрать объекты столбцы;
- 3) построить дендрограмму;



4) интерпретировать результаты анализа.

4.1.2. Примеры тестовых заданий

1. Составить базу данных динамики производства товаров с 2010 года для анализа в STATISTICA:

- молочных продуктов в РФ;
- молочных продуктов в Краснодарском крае;
- хлеба;
- мяса;
- легковых автомобилей;
- детских игрушек и т.п.

2. Составить базу данных для анализа динамики рынка услуг в STATISTICA:

- парикмахерских в Краснодаре;
- гостиничных в Краснодарском крае;
- общепита;
- автосервиса;
- развлекательных и т.п.
- детских игрушек и т.п.

В качестве источников информации для выполнения тестового задания предлагается использовать:

- данные федеральной статистики (www.gks.ru, www.fedstat.ru);
- данные региональной администрации (www.krasnodar.ru);
- данные городской администрации (www.krd.ru);
- данные таможенной статистики (www.customs.ru);
- данные рейтингового агентства RA Expert (www.raexpert.ru)

- аналитические статьи экономических журналов;
- архивы результатов исследований на сайтах исследовательских агентств

3. К количественным методам анализа информации в STATISTICA относят:

- а) типологизацию;
- б) корреляционный анализ;
- в) моделирование;
- г) регрессионный анализ

4. Выборку, в которой соблюден процентный состав населения по полу, возрасту и образованию, можно отнести к:

- а) систематической;
- б) выборке по усмотрению;
- в) квотированной.

5. По шкале какого типа измеряются в STATISTICA следующие переменные:

- а) частота приобретения товара
 - реже 1-го раза в неделю;
 - 1—3 раза в неделю;
 - чаще 3-х раз в неделю;
- б) семейное положение
 - замужем/женат;
 - не замужем/ холост;
 - разведена/разведен;
- в) оценка уровня сервисного обслуживания
 - очень высокая;
 - высокая;
 - средняя;
 - низкая;
 - очень низкая;
- г) возраст ___ лет?

6. Определите тип шкалы.

Числовая шкала, количественно равные промежутки которой отображают равные промежутки между значениями измеряемых характеристик.

- а) относительная;
- б) интервальная;
- в) порядковая;
- г) номинальная

7. Определите соответствие традиционной шкалы шкале в STATISTICA.

а) относительная	
б) интервальная	1) непрерывная
в) порядковая	2) категориальная
г) номинальная	3) порядковая

8. К понятию номинальной шкалы относится:

- а) разница между двумя значениями шкалы идентична разнице между двумя любыми другими смежными значениями интервальной шкалы.
- б) для определения объектов существует строгое соответствие между номерами и объектами.
- в) условная схема маркировки, где числа служат исключительно как ярлыки;
- г) числа не показывают количественную определенность характеристик объекта.
- д) верно б, в, г;

- е) б, г;
- ж) а, в, г.

9. К понятию порядковая шкала относится:

- а) это ранговая шкала, в которой числа присваиваются объектам для обозначения относительной степени, в которой определенные характеристики присущи тому или иному объекту;
- б) обладает всеми свойствами номинальной, порядковой и интервальной шкал и, кроме того, имеет точку начала отсчета.
- в) разница между двумя значениями шкалы идентична разнице между двумя любыми другими смежными значениями;
- г) показывает, какая доля работников на данной должности (позиции) получает заработную плату ниже данного уровня.

10. К понятию номинальной шкалы относится:

- а) разница между двумя значениями шкалы идентична разнице между двумя любыми другими смежными значениями интервальной шкалы.
- б) для определения объектов существует строгое соответствие между номерами и объектами.
- в) условная схема маркировки, где числа служат исключительно как ярлычки;
- г) числа не показывают количественную определенность характеристик объекта.

Эффективность контроля самостоятельности работы студента за индивидуальным компьютером осуществляется в период проведения практических работ.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

ФОС нормирует результаты освоения дисциплины – анализ базы данных для смежных курсовых работ и ВКР по индивидуальным планам студентов. Бакалавры выполняют проектные задания по анализу данных в приложении STATISTICA с целью получения необходимой маркетинговой информации, выявления зависимостей. Базы составляются по данным отраслевых рынков и самих предприятий производственной практики студентов. Результаты освоения дисциплины – результаты анализа данных маркетинговых исследований параллельного курса (по дисциплине «Маркетинговые исследования») - должны войти в исследовательскую часть выпускной квалификационной работы студентов.

Для разработки проекта рекомендуется следующая последовательность действий:

1. Определение проблемы, целей, задач, поисковых вопросов и гипотез исследования.
2. Выбор методов анализа данных для проверки гипотез исследования
3. Проверка пригодности данных для выбранного вида анализа
4. Анализ данных (дисперсионный, дискриминантный, факторный, кластерный)
5. Выводы и рекомендации на основе графического представления и интерпретации данных.

Защита проекта происходит в виде презентации на практическом занятии. Каждый проект реализуется группой - с распределением сфер ответственности между членами группы (не более двух человек) - или индивидуально.

Критерии оценки доклада-презентации

Оценка доклада-презентации осуществляется по следующим критериям:

- содержательная часть должна соответствовать целям задания, выбранного студентом и утвержденного преподавателем;
- должны быть продемонстрированы навыки сбора, обработки и анализа информации с использованием современных информационных технологий;
- представление результатов исследования должно быть в виде презентации с использованием программы Power Point, что демонстрирует возможности обучающегося использовать современные технические средства;
- ответы на вопросы, возникающие в процессе дискуссии по презентации, должны быть аргументированы, носить развернутый характер.

В зависимости от полноты соответствия критериям, выставляется оценка «Зачтено» / «Не зачтено».

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

- при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки задания;
- при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;
- при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа, позволяющего увеличить размер шрифта..

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

5.1. Основная литература

1. Информационные технологии в маркетинге [Электронный ресурс] : учебник и практикум / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. - М. : Юрайт, 2018. - 367 с. - <https://biblio-online.ru/book/8421497F-EAAA-4BF9-81F9-686BACA30B70/informacionnye-tehnologii-v-marketinge>.
2. Польшинская, Г. А. Информационные системы маркетинга [Электронный ресурс] : / Г. А. Польшинская. - М. : Юрайт, 2018. - 370 с. - <https://biblio-online.ru/book/4B3E6666-314B-431A-AEEA-9D76D004DE46>
3. Филимонова, Е. В. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Е. В. Филимонова. - Москва : КНОРУС, 2017. - 482 с. - <https://www.book.ru/book/922139>.

5.2. Дополнительная литература

4. Гаврилов Л. П. Информационные технологии в коммерции: Учебное пособие / Л.П. Гаврилов. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 238 с. Библиотека КубГУ, режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/371445>
5. Гуриков С. Р. Интернет-технологии [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Р. Гуриков. - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. - 184 с. - Библиотека КубГУ, режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=908584>
6. Информационные технологии в экономике и управлении [Электронный ресурс] : / под ред. В. В. Трофимова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2018. - 482 с. - <https://biblio-online.ru/book/C4EB2D34-8608-4262-AF77-989399C7CF7F>
7. Информатика и информационные технологии в профессиональной деятельности : учебник / Е.В. Филимонова. — Москва : Юстиция, 2018. — 213 с. Библиотека КубГУ, режим доступа: <https://www.book.ru/book/930139>
8. Костецкий А.Н. Информационное обеспечение маркетинговых решений. Учебное пособие. ФГБОУ ВПО «КубГУ», 2011. - 204 с. (10 экз. на кафедре).
9. Куприянов, Д. В. Информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности [Электронный ресурс] : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Д. В. Куприянов. - М. : Юрайт, 2017. - 255 с. - <https://biblio-online.ru/book/8BEFA5DE-285A-4729-A495-13B7EC21A21D>.
10. Федотова, Е.Л. Информационные технологии в науке и образовании [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. Л. Федотова, А. А. Федотов. - М. : ИД "ФОРУМ" : ИНФРА-М, 2015. - 336 с.: ил. - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=487293>.

5.3. Периодические издания и интернет-ресурсы

11. «Маркетинг в России и за рубежом». Периодический журнал. <http://www.mavriz.ru/>
12. Журнал «Медиа Профи». <http://www.media Profi-online.ru/>
13. Портал новостей «Lenta.ru». <http://www.lenta.ru/>
14. Портал новостей «Ведомости». <http://www.vedomosti.ru/>
15. Портал новостей «Коммерсант. ru». <http://www.kommersant.ru/>
16. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). <http://wciom.ru/>
17. Ежедневная интернет-газета «Новости телекоммуникаций, вещания и ИТ». <http://www.comnews.ru/>
18. Еженедельная аналитика рекламного бизнеса <http://www.sostav.ru/section/analytics>
19. Исследовательский холдинг «Ромир». Режим доступа: <http://www.romir.ru/>
20. Исследовательский центр Комкон. Режим доступа: <http://www.comcon-2.ru/>
21. www.integrum.ru/ Мониторинг СМИ
22. www.marketing.al.ru Бизнес в сетях

Уже вышли новые...

6. Методические указания

Программа дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности» включает лекционный материал, практические занятия и задания к самостоятельной работе. В самостоятельную работу студента входит освоение теоретического материала с использованием лекций и рекомендованной литературы, подготовка тематических презентаций, выполнение практических и тестовых заданий.

Форма итогового контроля – зачет

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях. Цели практических занятий:

- расширение и углубление знаний по курсу;
- закрепление знаний и умения пользоваться STATISTICA для преобразования и анализа баз данных;
- формирование навыков анализа информации.

Все это позволит студенту решать стандартные задачи применения информационных технологий в профессиональной деятельности, осуществлять анализ информации, необходимой для организации, работать с компьютером как со средством управления информацией

Практические занятия позволяют обобщить изученный материал, получить результат анализируемой ситуации, решить задачу.

Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины

а) для текущей успеваемости:

- вопросы для подготовки к практическим занятиям (прилагаются)
- тестовые задания (прилагаются);

б) для промежуточной аттестации:

- задания для подготовки к зачету (прилагаются).

Основным видом изучения курса «Информационные технологии в профессиональной деятельности» является самостоятельная работа студентов с учебной, научной, рекомендуемой преподавателем литературой, и интернет источниками статистической, маркетинговой информацией.

Цель самостоятельной работы:

- систематизация и закрепления получения теоретических знаний и умений;
- формирования умений и навыков анализа информации в STATISTICA;
- развития познавательных способностей и активности студентов;
- формирования самостоятельного мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию;
- формирования убежденности, способности реализовать себя.

Самостоятельная работа студентов в процессе освоения дисциплины включает в себя:

- изучение основной и дополнительной литературы по курсу;
- изучение материалов периодической печати, Интернет-ресурсов;
- выполнение индивидуальных заданий

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету и использование электронной информационно-образовательной среды КубГУ, являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

7.1. Перечень информационных технологий

1. [Среда Модульного Динамического Обучения КубГУ](http://moodle.kubsu.ru) (<http://moodle.kubsu.ru> (подготовка материала))
2. Электронная библиотека КубГУ <http://212.192.134.46/MegaPro/Web>

7.2. Перечень необходимого программного обеспечения.

1. Windows
2. Microsoft Office
3. STATISTICA

7.3. Перечень информационных справочных систем

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» (<http://www.biblioclub.ru>)
- Электронная библиотечная система издательства «Лань» (<https://e.lanbook.com>)
- Электронная библиотечная система «Юрайт» (<http://www.biblio-online.ru>)
- Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<https://znanium.com>)
- Электронно-библиотечная система (ЭБС) BOOK.ru (<http://www.book.ru>)
- Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru>)

8. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Занятия лекционного типа	Аудитории, укомплектованные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и прикладным программным обеспечением (Microsoft Office). Ауд., 212Н, 214Н, 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л
2.	Занятия семинарского типа	Аудитории, укомплектованные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и прикладным программным обеспечением (Microsoft Office). Ауд., 212Н, 214Н, 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
3.	Групповые и индивидуальные консультации	Кафедра маркетинга и торгового дела (ауд. А206)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитории, укомплектованные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и прикладным программным обеспечением (Microsoft Office). Ауд., 212Н, 214Н, 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
5.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащённость
		образовательную среду университета Ауд. 213А, 218А, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н

РЕЦЕНЗИЯ

**на рабочую программу дисциплины
«Информационные технологии в профессиональной деятельности»
для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело»
(составитель: к.т.н., доцент кафедры
маркетинга и торгового дела КубГУ Луговой А.А.)**

Рабочая программа по курсу «Информационные технологии в профессиональной деятельности» предназначена для студентов экономического факультета КубГУ, обучающихся по программе подготовки бакалавриата направления 38.03.06 «Торговое дело», и направлена на формирование у студентов необходимого объема знаний, умений и навыков применения информационных технологий для разработки инструментов маркетинговых исследований, составления баз данных, обработки, анализа маркетинговой информации для предприятий торговли и сферы услуг.

Структура и содержание рабочей программы отражает современное состояние изучаемой дисциплины и находится в русле современных тенденций развития информационных технологий, позволяет формировать у студентов компетенции, определенные ФГОС ВО и взаимосвязь получаемых бакалаврами знаний, умений и навыков.

Структура рабочей программы логична, включает в себя следующие разделы: цели и задачи изучения дисциплины; структура и содержание дисциплины; образовательные технологии; оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации; перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; методические указания для обучающихся по освоению дисциплины; перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине; материально-техническая база.

Рабочая программа в целом соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», разработана с учетом принципов компетентностного подхода и может быть рекомендована к использованию в учебном процессе ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет».

Профессор кафедры мировой экономики и менеджмента
ФГБОУ ВО «КубГУ», д-р экон.наук  Никулина О.В.

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины
«Информационные технологии в профессиональной деятельности»
для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело»
(составитель: к.т.н., доцент кафедры
маркетинга и торгового дела КубГУ Луговой А.А.)

Рабочая программа курса «Информационные технологии в профессиональной деятельности» направлена на формирование у студентов необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования и разработки маркетинговых инструментов.

Рабочая программа по курсу «Информационные технологии в профессиональной деятельности» предназначена для студентов экономического факультета КубГУ, обучающихся по программе подготовки бакалавриата направления 38.03.06 «Торговое дело».

Структура и содержание рабочей программы отражает современное состояние изучаемой дисциплины и находится в русле современных тенденций информационно-цифровых технологий в области маркетинговых решений.

Рабочая программа в целом соответствует требованиям ФГОС ВО (государственных стандартов третьего поколения плюс) по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», разработана с учетом принципов компетентностного подхода и может быть рекомендована к использованию в учебном процессе ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет».

Генеральный директор
ООО Агентство «Р-класс маркет»



Шувалова Е.В.