

Аннотация дисциплины

Б1.В.17 НОВЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ

Курс 3. Семестр 6. Количество з.е. 3

Объем трудоемкости: з.е. 3 (108 часов, из них 56.2 контактных часов: 16 часа лекций, 34 часа лабораторных, 6 часов КСР, 0.2 часа ИКР; самостоятельной работы 51,8 часов).

Цели изучения дисциплины определены ФГОС ВО и соотнесены с общими целями ООП ВО по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, в рамках которой преподается дисциплина. **Целью** освоения учебной дисциплины «Новые информационные технологии в маркетинге» является развитие общекультурных и профессиональных компетенций при освоении компьютерных технологий решения задач маркетинга.

Задачи:

- актуализация и развитие знаний в области маркетинговой деятельности;
- актуализация и развитие знаний в области компьютерных технологий, применяемых для автоматизации маркетинговой деятельности;
- получение навыков разработки компьютерных информационных моделей для принятия управленческих решений в сфере маркетинга;
- развитие навыков анализа и оценки компьютерных информационных моделей для различных аспектов маркетинговой деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина «Новые информационные технологии в маркетинге» относится к вариативной части Блока 1 Дисциплины (модули).

Данная дисциплина тесно связана с дисциплинами: «Пакеты прикладных программ», «Программирование в MS Office». Она направлена на формирование знаний и умений обучающихся разрабатывать ролевые информационные компьютерные модели в маркетинге.

Для изучения дисциплины студент должен владеть знаниями, умениями и навыками в области компьютерного информационного моделирования.

Знания, получаемые при изучении дисциплины «Новые информационные технологии в маркетинге» используются при подготовке курсовых и выпускных квалификационных работ.

Изучение данной дисциплины базируется на экономико-математической подготовке студентов, полученной при прохождении ООП бакалавриата, а также на знаниях, полученных в рамках дисциплин ООП бакалавриата.

Результаты обучения (знания, умения, опыт, компетенции):

Код	Формулировка компетенции
ПК-4	способностью документировать процессы создания ИС на стадии жизненного цикла
ПК-5	способностью выполнять технико-экономическое обоснование проектных решений

Индекс	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ПК-4	Способностью документировать процессы создания ИС на стадии жизненного цикла	Основные принципы создания ИС в маркетинге	Приобретать новые научные и профессиональные знания, используя современные образовательные и информационные технологии	Способностью приобретать новые научные и профессиональные знания в области маркетинга

ПК-5	Способностью выполнять технико-экономическое обоснование проектных решений	Основные принципы разработки информационных моделей	Разрабатывать ролевые информационные компьютерные модели	Способностью к обоснованию и защите проектных решений
------	--	---	--	---

Содержание и структура дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование разделов (тем)	Всего	Аудиторные занятия			СРС
			ПЗ	Л	ЛР	
Раздел 1 Компьютерные информационные модели для поддержки принятия управленческих решений в маркетинге						
1.	Современные процессоры электронных таблиц как универсальное компьютерное средство для принятия решения в маркетинге	10		2	2	6
2.	Принципы разработки СУБД «Оценка недвижимости». Триплексное исследование информационной модели.	14		2	4	8
3.	Разработка СУБД «Помощь в выборе формы налогообложения для малого бизнеса»	12		2	4	6
Раздел 2 Компьютерная поддержка анализа потребительских предпочтений						
4.	Триплексное исследование компьютерных информационных моделей в маркетинговой деятельности на основе реализации игры «Королевский квадрат» в среде MSExcel.	12		2	4	6
5.	Автоматизированная обработка данных о клиентах фирмы (на основе анкеты Харви Маккея)	18		2	6	10
Раздел 3 Современные средства рекламы и продвижения товаров						
6.	Разработка СУБД «Средства рекламы в Краснодарском крае»	9,8		2	4	3,8
7.	Подготовка проекта «Создание, позиционирование и рекламное обеспечение деятельности фирмы»	12		2	4	6
Раздел 4 Автоматизация взаимоотношений с клиентами						
8.	Сравнительный анализ CRM - систем управления взаимоотношениями с клиентами	14		2	6	6
Всего по разделам дисциплины:		101,8		16	34	51,8
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2				
Контроль самостоятельной работы (КСР)		6				
Итого:		108		16	34	51,8

Курсовые проекты или работы: не предусмотрены

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: *Мультимедийные лекции, Компьютерные занятия в режимах взаимодействия «преподаватель - студент».*

Вид аттестации: зачет.

Основная литература:

1. Юнов, Сергей Владленович. Понятный маркетинг: взгляд со спины индийского слона: учебное пособие / Юнов, Сергей Владленович; С. В. Юнов; М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. - Краснодар: [Кубанский государственный университет], 2015. - 262 с. : ил. - Библиогр.: с. 236-237. - ISBN 9785820911095
2. Информационно-профессиональная подготовка студентов вузов на основе ролевого информационного моделирования [Текст] / С. В. Юнов ; НОЧУ "Ин-т экономики, права и гуманит. спец." ; [науч. ред. Г. И. Попова]. - Краснодар : [Кубанский государственный университет], 2011. - 199 с. : ил. - Библиогр.: с. 151-191. - ISBN 9785948880778 : 140.72.
3. Сборник тестовых заданий для проверки качества информационной подготовки студентов вузов [Текст] / С. В. Юнов; НОЧУ "Ин-т экономики, права и гуманит. спец". - Краснодар: [Институт экономики, права и гуманитарных специальностей], 2010. 59 с.: ил. - ISBN 9785948880648: 67.00.
4. Салмина Н.Ю. Имитационное моделирование: учебное пособие. Томск, Эль Контент, 2012. [Электронный ресурс]. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=480901&sr=1