

АННОТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б3.Б.12 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для программ бакалавриата
направления 38.03.06 «Торговое дело»
Курс 3. Семестр 6. Количество з.е. – 3.
Форма итогового контроля - зачет.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели дисциплины – формирование у студентов теоретических знаний, умений и навыков в области обработки, анализа и оформления маркетинговой информации на основе применения программных продуктов обработки баз данных, формирование компетенций, позволяющих применять обоснованные маркетинговые решения в профессиональной деятельности бакалавров в части управления элементами комплекса маркетинга предприятия.

Задачи курса:

- изучить методы сбора, хранения, обработки информации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью
- изучить методы и средства выявления спроса;
- научиться использовать информационные технологии в профессиональной деятельности;
- освоить аналитические методы для оценки эффективности коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях;
- изучить информационные технологии, включающие процесс анализа маркетинговой информации;
- освоить простейшие технологии маркетинговых исследований в сфере услуг.

Изучение курса «Информационные технологии в профессиональной деятельности» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления (экономика, менеджмент, социология, маркетинг).

Учебный курс «Информационные технологии в профессиональной деятельности» рассчитан на 108 часов учебного времени и предусматривает проведение лекционных (36 часов) и практических (36 часов), а также самостоятельную подготовку (36 часа), контрольную работу (4 часа ЗФО) и заканчивается сдачей зачета.

Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» относится к базовой части профессионального цикла ОПД ФГОС ВПО (БЗ.Б.12) ООП бакалавриата направления «Торговое Дело» профиля «Маркетинг услуг». Ее изучение запланировано в 6 семестре 3 курса.

Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь и базируется:

- на дисциплинах математического и естественнонаучного (Б2) цикла: «Информатика», «Компьютерные программы и базы данных офисного назначения», «Методы анализа и прогнозирования спроса в сфере услуг»;
- на дисциплинах профессионального цикла (Б3): «Компьютерные технологии обработки и анализа маркетинговой информации», «Маркетинговые исследования».

Ее успешное освоение предполагает параллельное изучение дисциплины «Логистика» и «Организация, технология и проектирование предприятий». В свою очередь дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» является базой для изучения таких дисциплин как «Методы анализа и прогнозирования спроса в сфере услуг»; «Управление проектами»; «Рекламная деятельность».

Результаты обучения (знания, умения, опыт, компетенции)

Код компетенции	Содержание компетенции
ОК-1	владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
Знать	методы постановки целей изучения информационных технологий
Уметь	обобщать и анализировать информацию
Владеть	культурой мышления
ОК-2	умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способность свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний
Знать	русский язык и риторику
Уметь	логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
Владеть	навыками публичной и научной речи
ОК-4	способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность
Знать	процесс принятия организационно-управленческих решений
Уметь	находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях
Владеть	навыками принятия решений
ОК-8	осознание сущности и значения информации в развитии современного общества; владение основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с

Код компетенции	Содержание компетенции
	компьютером как средством управления информацией
Знать	основные методы и средства получения, хранения, переработки информации
Уметь	пользоваться основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации
Владеть	навыками работы с компьютером
ПК-4	способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность
Знать	методы оценки эффективности информационных технологий
Уметь	прогнозировать информационные процессы
Владеть	методами оценки эффективности информационных технологий
ПК-9	способность распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев
Знать	виды опасностей, которые несут новые информационные технологии
Уметь	распознавать опасности, которые несут новые информационные технологии
Владеть	методами распознавания опасностей, которые несут новые информационные технологии
ПК-11	способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
Знать	- способы формирования баз данных в маркетинговой деятельности предприятия; - офисные программы обработки, анализа и оформления собранной маркетинговой информации; - требования к формированию баз данных маркетинговой информации;
Уметь	- формировать базы данных из вторичной информации; - использовать инструменты статистического анализа маркетинговой информации;
Владеть	- специальными программными продуктами; - способами формирования баз данных в маркетинговой деятельности предприятия; - методами анализа маркетинговых данных;
ПК-16	способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности
Знать	- методы анализа в маркетинговых исследованиях на основе программных продуктов; - методы прогнозирования с помощью информационных технологий;
Уметь	- применять информационные технологии в маркетинговых исследованиях
Владеть	- навыками анализа на основе программных продуктов; - методами информационных технологий в маркетинговых исследованиях
ПК-17	способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
Знать	- виды информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности;

Код компетенции	Содержание компетенции
	- структуру информационных технологий;
Уметь	- разрабатывать элементы информационных технологий в профессиональной деятельности
Владеть	- навыками участия в разработке новых методов в области профессиональной деятельности

Содержание и структура дисциплины

№ раздела	Наименование раздела (модуля)	Содержание раздела	Форма текущего контроля	Разработано с участием представителей работодателей
1	2	3	4	5
1	Информационные технологии: понятия, терминология, классификация	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. Модель организации информационных процессов	Тест, реферат, опрос	ООО АК «Р-класс»
2	Информационные технологии маркетинга	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности. Маркетинговые информационные системы (МИС). Управление взаимоотношениями с потребителем (CRM). Планирование ресурсов в зависимости от потребности клиента (CSRP). Программные продукты в маркетинге. Базовые функции маркетинговой ИС. Особенности хранения маркетинговой информации. Аналитические средства маркетинговых программ. Системы поддержки принятия решений. Современное техническое обеспечение маркетинговых исследований.	Индивидуальная работа, тест, опрос	ООО АК «Р-класс»
3	Глобальные информационные технологии	Глобальные информационные технологии. Географические системы. Глобальные информационные технологии в области электронной продажи товаров. Современные каналы доставки платежных услуг. Структура рынка электронной коммерции	Реферат, тест, опрос	ООО АК «Р-класс»

Структура дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в семестре

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов ОФО (ЗФО)				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	КР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Информационные технологии: понятия, терминология, классификация	22(24)	8(1)	6(2)		8
2	Информационные технологии маркетинга	56(60)	20(2)	16(6)	(4)	16
3	Глобальные информационные технологии	30(24)	8(1)	14(2)		8
	<i>Итого ОФО:</i>	108	36	36		32
	<i>Итого ЗФО:</i>	108	4	10	4	90

Курсовые проекты или работы: не предусмотрены

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях. В рамках учебного курса предусмотрены встречи с представителями российских компаний, использующих в деятельности ИТ технологии. Самостоятельная активность студентов предусматривает разработку и презентацию собственных рекомендаций, предложений по возможному использованию информационных технологий, перечень продуктов для внедрения на конкретном предприятии.

Вид аттестации: зачет

Основная литература

1. Костецкий А.Н. Информационное обеспечение маркетинговых решений. Учебное пособие. ФГБОУ ВПО «КубГУ», 2011. - 204 с. (10 экз. на кафедре).
2. Безручко В. Т. Информатика (курс лекций): Учебное пособие / В.Т. Безручко. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 432 с.: ил. Библиотека КубГУ, режим доступа: <http://www.znaniium.com/>
3. Гришин В. Н. Информационные технологии в профессиональной деятельности: Учебник / В.Н. Гришин, Е.Е. Панфилова. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2015. - 416 с. Библиотека КубГУ, режим доступа: <http://www.znaniium.com/>
4. Информационные технологии в экономике и управлении: учебник для бакалавров: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / под ред. В. В. Трофимова ; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. - Москва: Юрайт, 2013. - 478 с. (2 экз. в библиотеке КГУ)
5. Маркетинг и современность: Монография / Под общ. ред. д.э.н., проф. СВ. Карповой; отв. ред. к.э.н. О.Н. Романенкова. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2014. — 267 с. Библиотека КубГУ, режим доступа: <http://www.znaniium.com/>

Автор: Луговой А.А., канд. техн. наук, доцент.