

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет компьютерных технологий и прикладной математики

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
Иванов А.Г.
ПОДПИСЬ
«30» 06 2017 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.05.01 «РОЛЕВОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ
МОДЕЛИРОВАНИЕ В МАРКЕТИНГЕ»**

Направление подготовки 01.04.02 Прикладная математика и информатика

Профиль Математическое и информационное обеспечение экономической деятельности

Программа подготовки Академическая

Форма обучения Очная

Квалификация выпускника Магистр

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины «Роль информационного моделирования в маркетинге» составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 01.04.02 Прикладная математика и информатика. Магистерская программа «Математическое и информационное обеспечение экономической деятельности»

Программу составил:

С.В. Юнов, к. ф. – м. н., профессор, профессор


подпись

Рабочая программа дисциплины «Роль информационного моделирования в маркетинге» утверждена на заседании кафедры прикладной математики протокол № 22 «29» июня 2017г.

Заведующий кафедрой Уртенев М.Х.


подпись

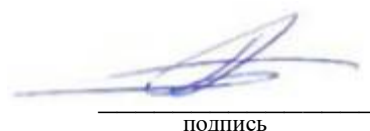
Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры прикладной математики протокол № 22 «29» июня 2017г.

Заведующий кафедрой Уртенев М.Х.


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета компьютерных технологий и прикладной математики протокол № 4 «29» июня 2017г.

Председатель УМК факультета Малыхин К.В.


подпись

Рецензенты:

Шапошникова Татьяна Леонидовна.

Доктор педагогических наук, кандидат физико-математических наук, профессор. Почетный работник высшего профессионального образования РФ. Директор института фундаментальных наук (ИФН) ФГБОУ ВО «КубГТУ».

Марков Виталий Николаевич.

Доктор технических наук. Профессор кафедры информационных систем и программирования института компьютерных систем и информационной безопасности (ИКСИБ) ФГБОУ ВО «КубГТУ».

1. Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель освоения дисциплины

Цели изучения дисциплины определены государственным образовательным стандартом высшего образования и соотнесены с общими целями ООП ВО по направлению подготовки «Прикладная математика и информатика», в рамках которой преподается дисциплина.

Целью освоения учебной дисциплины «Ролевое информационное моделирование в маркетинге» является развитие профессиональных компетенций при освоении компьютерных технологий решения задач маркетинга.

1.2 Задачи дисциплины:

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

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Ролевое информационное моделирование в маркетинге» относится к вариативной части Блока 1 Дисциплины и модули..

Для изучения дисциплины студент должен владеть знаниями, умениями и навыками в области компьютерного информационного моделирования. Данная дисциплина тесно связана с дисциплинами: Современные интернет технологии в экономике, Методы оптимизации, Прикладное программное обеспечение.

Знания, получаемые при изучении дисциплины «Ролевое информационное моделирование в маркетинге» используются при подготовке курсовых и диссертационных работ.

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

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных компетенций (ПК)

ПК-5	способностью управлять проектами, планировать научно-исследовательскую деятельность, анализировать риски, управлять командой проекта
ОПК-5	способностью использовать углубленные знания правовых и этических норм при оценке последствий своей профессиональной деятельности, при разработке и осуществлении социально значимых проектов

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-5	способностью управлять проектами, планировать научно-исследовательскую деятельность, анализировать риски, управлять командой проекта	основные проблемы в маркетинге и подходы для их разрешения	применять методы математического моделирования для разрешения проблем	навыками подготовки электронных проектов
2.	ОПК-5	способностью использовать углубленные знания правовых и этических норм при оценке последствий своей профессиональной деятельности, при разработке и осуществлении социально значимых проектов	Правовые нормы в профессиональной деятельности; этические кодексы ведущих ИТ-компаний	Использовать правовые нормы в профессиональной деятельности	навыками разработки социально значимых проектов

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		В			
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	42	42			

Занятия лекционного типа	14	14	-	-	-
Лабораторные занятия	28	28	-	-	-
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3	0,3			
Самостоятельная работа, в том числе:					
Курсовая работа	-	-	-	-	-
Проработка учебного (теоретического) материала	13	13	-	-	-
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	13	13	-	-	-
Реферат	4	4	-	-	-
Подготовка к текущему контролю	8,7	8,7	-	-	-
Контроль:					
Подготовка к экзамену	27	27			
Общая трудоемкость	час.	108	108	-	-
	в том числе контактная работа	42,3	42,3		
	зач. ед	3	3		

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы дисциплины, изучаемые в 11 семестре

№ п/п	Наименование разделов (тем)	Всего				
			Л	ЛР	СР	Контроль
	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	12	2	2	4	4
2.	Принципы разработки СУБД «Оценка недвижимости». Триплексное исследование информац. модели.	14	2	4	4	4
3.	Разработка СУБД «Помощь в выборе формы налогообложения для малого бизнеса»	10	2	4	2	2
	Раздел 2 Компьютерная поддержка анализа потребительских предпочтений					
4.	Триплексное исследование	14	2	4	4	4

	компьютерных информационных моделей в маркетинговой деятельности на основе реализации игры «Королевский квадрат» в среде MS Excel.					
5.	Автоматизированная обработка данных о клиентах фирмы (на основе анкеты Харви Маккея)	18	2	6	6	4
	Раздел 3 Современные средства рекламы и продвижения товаров					
6.	Разработка СУБД «Средства рекламы в Краснодарском крае»	12		2	6	4
7.	Подготовка проекта «Создание, позиционирование и рекламное обеспечение деятельности фирмы»	10	2	2	4	2
	Раздел 4 Автоматизация взаимоотношений с клиентами					
8.	Сравнительный анализ CRM - систем управления взаимоотношениями с клиентами (<i>Customer Relationship Management</i>)	17,7	2	4	9	2,7
	Всего по разделам дисциплины:	107,7	14	28	39	26,7
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Итого по дисциплине:	108	14	28	39	26,7

2.3 Содержание разделов дисциплины:

№ раздела	Наименование раздела/модуля	Форма текущего контроля
1	2	4
1	Компьютерные информационные модели для поддержки принятия управленческих решений в маркетинге	1. Разработка и защита компьютерных информационных моделей в среде процессора электронных таблиц и СУБД.
2	Компьютерная поддержка анализа потребительских предпочтений	1. Разработка и защита компьютерных информационных моделей в среде процессора электронных таблиц и СУБД.

3	Современные средства рекламы и продвижения товаров	1. Разработка и защита компьютерных информационных моделей в среде СУБД. 2. Подготовка компьютерных презентаций, выступлений.
4	Автоматизация взаимоотношений с клиентами	1. Разработка и защита компьютерных информационных моделей в среде CRM

2.3.1 Занятия лекционного типа

№ ра зд ел а	Наименование раздела/модуля	Содержание раздела/модуля	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Компьютерные информационные модели для поддержки принятия управленческих решений в маркетинге	Тема 1. Современные процессоры электронных таблиц как универсальное компьютерное средство для принятия решения в маркетинге Тема 2. Принципы разработки СУБД «Оценка недвижимости». Триплексное исследование информационной модели. Тема 3. Разработка СУБД «Помощь в выборе формы налогообложения для малого бизнеса»	Подготовка рефератов. Разработка и защита компьютерных информационных моделей в среде процессора электронных таблиц и СУБД.
2	Компьютерная поддержка анализа потребительских предпочтений	Тема 1. Триплексное исследование компьютерных информационных моделей в маркетинговой деятельности на основе реализации игры «Королевский квадрат» в среде MS Excel. Тема 2. Автоматизированная обработка данных о клиентах фирмы (на основе анкеты Харви Маккея)	Подготовка рефератов. Разработка и защита компьютерных информационных моделей в среде процессора электронных таблиц и СУБД.
3	Современные средства рекламы и продвижения товаров	Тема 1. Разработка СУБД «Средства рекламы в Краснодарском крае» Тема 2. Подготовка проекта «Создание, позиционирование и рекламное обеспечение деятельности фирмы»	Разработка компьютерных информационных моделей в среде СУБД. Подготовка компьютерных презентаций, выступлений.

4	Автоматизация взаимоотношений с клиентами	Тема 1. Программы лояльности. Сравнительный анализ CRM	Разработка и защита компьютерных информационных моделей в среде CRM
---	---	---	---

2.3.2 Семинарские занятия – не предусмотрены

2.3.3 Лабораторные занятия

№ п/п	Наименование раздела	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	Компьютерная поддержка принятия управленческих решений на основе системы информационных моделей в среде MS Excel	Разработка информационной модели «Выбор поставщика»	Проверка выполнения лабораторных работ № 1
2	Разработка и триплексное исследование информационной модели «Оценка недвижимости».	1. Реализация алгоритма «Оценка недвижимости» 2. Триплексное исследование ИМ, рефлексия.	Проверка выполнения лабораторных работ № 2, 3
3	Разработка СУБД «Помощь в выборе формы налогообложения для малого бизнеса»	1. Анализ организационных форм ведения малого бизнеса. 2. Разработка СУБД	Проверка выполнения лабораторных работ № 4, 5
4	Триплексное исследование компьютерных информационных моделей в маркетинговой деятельности на основе реализации игры «Королевский квадрат» в среде MS Excel	1. Подход к исследованию ИМ на основе методологии РИМ 2. Реализация ИМ «Королевский квадрат»	Проверка выполнения лабораторных работ № 6, 7
5	Автоматизированная обработка данных о клиентах фирмы (на основе анкеты Харви Маккея)	1. Подходы к анализу информации о клиентах 2. Реализация анкеты Харви Маккея 3. Модификация анкеты	Проверка выполнения лабораторных работ № 8, 9, 10
6	Разработка СУБД «Средства рекламы в Краснодарском крае»	1. Анализ средств рекламы 2. Разработка СУБД	Проверка выполнения лабораторных работ № 11, 12

7	Подготовка проекта «Создание, позиционирование и рекламное обеспечение деятельности фирмы»	1. Выбор вида деятельности в качестве ИП 2. Разработка проекта «Свое дело»	Проверка выполнения лабораторных работ № 13
8	Автоматизированный учет клиентов в CRM	1. Анализ программ лояльности 2. Средства для автоматизации программ лояльности 3. Анализ существующих CRM	Проверка выполнения лабораторных работ № 14

2.3.4 Курсовые работы – не предусмотрены

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

Целью самостоятельной работы студента является углубление знаний, полученных в результате аудиторных занятий. Вырабатываются навыки самостоятельной работы. Закрепляются опыт и знания, полученные во время лабораторных занятий.

№	Вид самостоятельной работы	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 лекционным и семинарским занятиям, утвержденные на заседании кафедры прикладной математики факультета компьютерных технологий и прикладной математики ФГБОУ ВО «КубГУ», протокол №22 от 29.06.2017 г. Методические указания по выполнению самостоятельной работы, утвержденные на заседании кафедры прикладной математики факультета компьютерных технологий и прикладной математики ФГБОУ ВО «КубГУ», протокол №22 от 29.06.2017 г.
2	Подготовка к лабораторным занятиям	Методические указания по выполнению лабораторных работ, утвержденные на заседании кафедры прикладной математики факультета компьютерных технологий и прикладной математики ФГБОУ ВО «КубГУ», протокол №22 от 29.06.2017 г.
3	Подготовка к решению задач и тестов	Методические указания по выполнению самостоятельной работы, утвержденные на заседании кафедры прикладной математики факультета компьютерных технологий и прикладной математики ФГБОУ ВО «КубГУ», протокол №22 от 29.06.2017 г.
4	Подготовка докладов	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ, утвержденные на заседании кафедры прикладной математики факультета компьютерных технологий и прикладной математики ФГБОУ ВО «КубГУ», протокол №22 от 29.06.2017 г.
5	Подготовка к решению расчетно-графических заданий (РГЗ)	Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий, утвержденные на заседании кафедры прикладной математики факультета компьютерных технологий и прикладной математики ФГБОУ ВО «КубГУ», протокол №22 от 29.06.2017 г. Методические указания по выполнению самостоятельной работы, утвержденные на заседании кафедры прикладной математики факультета компьютерных технологий и прикладной математики ФГБОУ ВО «КубГУ», протокол №22 от 29.06.2017 г.
6	Подготовка к текущему контролю	Методические указания по выполнению самостоятельной работы, утвержденные на заседании кафедры прикладной математики факультета компьютерных технологий и прикладной математики ФГБОУ ВО «КубГУ», протокол №22 от 29.06.2017 г.

3. Образовательные технологии

Лекционное занятие проводится, как правило, с помощью методов проблемного обучения при котором знания не преподносятся студентам в готовом виде, а приобретаются путем анализа специально продуманных проблем в будущей профессиональной области.

Лабораторное занятие позволяет научить бакалавра применять теоретические знания при решении и исследовании конкретных маркетинговых задач. Лабораторные занятия проводятся в компьютерных классах, при этом практикуется как индивидуальная работа, так и работа в группах. Подход разбора конкретных ситуаций широко используется как преподавателем, так и студентами при проведении анализа результатов самостоятельной работы. Это обусловлено тем, что в процессе исследования часто встречаются задачи, для которых единых подходов не существует. Каждая конкретная задача при своем исследовании имеет множество подходов, а это требует разбора и оценки целой совокупности конкретных ситуаций. Этот подход особенно широко используется при определении адекватности математической модели и результатов моделирования с точки зрения различных социальных ролей – ролевого информационного моделирования.

Индивидуальные задания проектного типа связаны с настоящей или будущей профессиональной деятельностью бакалавра. В этом качестве могут использоваться:

- задания на проведение микроисследований (например, проведение анализа средств рекламы);
- задания на разработку сопоставительных анализов (сравнение различных компьютерных сред для разработки информационных моделей).

Предпочтительным является проведение зачета в форме защиты студентами своих информационных моделей, когда другие студенты выступают в роли их заказчиков.

Занятия, проводимые с использованием интерактивных технологий

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов	
		всего ауд. часов	интерактивные часы
1	2	3	4
1.	Компьютерные информационные модели для поддержки принятия управленческих решений в маркетинге	16	4
2.	Компьютерная поддержка анализа потребительских предпочтений	14	4
3.	Современные средства рекламы и продвижения товаров	6	2
4.	Автоматизация взаимоотношений с клиентами	6	2
	<i>Итого по дисциплине:</i>	42	12

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

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

Учебная деятельность проходит в соответствии с графиком учебного процесса. Процесс самостоятельной работы контролируется во время аудиторных занятий и индивидуальных консультаций. Самостоятельная работа студентов проводится в форме изучения отдельных теоретических вопросов по предлагаемой литературе.

Фонд оценочных средств дисциплины состоит из средств текущего контроля (см. список лабораторных работ, задач и вопросов) и итоговой аттестации (зачета).

В качестве оценочных средств, используемых для текущего контроля успеваемости, предлагается перечень вопросов, которые прорабатываются в процессе освоения курса. Данный перечень охватывает все основные разделы курса, включая знания, получаемые во время самостоятельной работы. Кроме того, важным элементом технологии является самостоятельная разработка студентами информационных моделей и сдача заданий. Студенты защищают свои модели не только перед преподавателем, но и другими студентами, выступающими в разных социальных ролях, отвечают на дополнительные вопросы.

Примерные задания на лабораторные работы

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством: ОПК-5, ПК-5.

1 Компьютерные информационные модели для поддержки принятия управленческих решений в маркетинге.

1. **Задания 3.1-3.15 из сборника** Юнов С.В., Юнова Н.Н. Сборник заданий по Microsoft Excel. Краснодар, 2006, 40 с.
2. Используя в качестве основы данные из Приложения 1, разработать СУБД «Оценка недвижимости в Краснодарском крае»
3. Разработка СУБД «Помощь в выборе формы налогообложения для малого бизнеса», позволяющую оптимизировать налогообложение создаваемой фирмы.

2 Компьютерная поддержка анализа потребительских предпочтений

1. Разработать информационную модель игры «Королевский квадрат» в среде MS Excel. Произвести анализ потребительских предпочтений на основе ролевого информационного моделирования. Описать использованные в процессе построения модели функциональные возможности ЭТ для наглядности, адаптивности и защиты информационных моделей на специальном рабочем листе «Рефлексия».
2. Разработать СУБД для автоматизированной обработки данных о клиентах фирмы (на основе анкеты Харви Маккея).

3 Современные средства рекламы и продвижения товаров

1. Разработать СУБД «Средства рекламы в Краснодарском крае», позволяющие принимать управленческие решения в этой области маркетинга.
2. Подготовить проект «Создание, позиционирование и рекламное обеспечение деятельности фирмы». Подготовить мультимедийную презентацию для этого проекта.

4 Автоматизированный учет клиентов в CRM.

1. Произвести сравнительный анализ реализации программ лояльности с помощью различных компьютерных сред.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов к экзамену

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством: ОПК-5, ПК-5.

1. Социальные основы маркетинга: два противоположных взгляда.

2. Маркетинг: современный тезаурус.
3. Работа в сфере маркетинга.
4. Классификация новых информационных технологий, применяемых в маркетинге.
5. Современное определение понятия «маркетинг».
6. Определение понятия «ролевое информационное моделирование».
7. Определение понятия «информационная модель».
8. Достоинства и недостатки дистанционной формы обучения.
9. Основные возможности ЭТ по визуализации данных.
10. Основные возможности ЭТ по консолидации данных.
11. Понятие «триплексное исследование» информационной модели.
12. Системный подход к защите информационных моделей.
13. Функции и вложенные функции в среде процессора ЭТ.
14. Подходы к сегментации рынка.
15. Основные информационные ресурсы для службы маркетинга.
16. Три уровня информационной модели (примеры).
17. Анкета Харви Маккея – современный анализ.
18. Программы лояльности в маркетинге: актуальность, основные определения.
19. Компетентностный подход в понимании маркетолога.
20. Программные средства для создания Интернет-магазинов.
21. Программные средства для решения задач компьютерной графики.
22. Автоматизация взаимоотношений с клиентами.
23. Разработка баз данных в среде процессора ЭТ, преимущества и ограничения.
24. Сравнительный анализ СУБД для реализации маркетинговых задач.
25. Комплекс маркетинга: различные трактовки.
26. Программные среды для разработки программ лояльности.
27. Новые технологии в маркетинге услуг.
28. Новые технологии в маркетинговых исследованиях.
29. Особенности рекламы в сети Интернет.
30. Консолидация маркетинговых данных в среде ЭТ.

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 ответа на экзамене;

– 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 печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,

– в форме электронного документа.

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

5.1 Основная литература:

1. Информационно-профессиональная подготовка студентов вузов на основе ролевого информационного моделирования [Текст] / С. В. Юнов ; НОЧУ "Ин-т экономики, права и гуманитар. спец." ; [науч. ред. Г. И. Попова]. - Краснодар : [Кубанский государственный университет], 2011. - 199 с. : ил. - Библиогр.: с. 151-191. - ISBN 9785948880778 : 140.72.
2. Салмина Н.Ю. Имитационное моделирование: учебное пособие. Томск, Эль Контент, 2012. [Электронный ресурс]. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=208690
3. Сборник тестовых заданий для проверки качества информационной подготовки студентов вузов [Текст] / С. В. Юнов; НОЧУ "Ин-т экономики, права и гуманитар. спец". - Краснодар: [Институт экономики, права и гуманитарных специальностей], 2010. - 59 с.: ил. - ISBN 9785948880648: 67.00.
4. Юнов С.В. Понятный маркетинг: взгляд со спины индийского слона. Краснодар, Кубанский госуниверситет, 2015, 263 с.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья используются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах.

5.2 Дополнительная литература:

1. Маркетинг: учебник для студентов вузов / Григорьев, Михаил Николаевич ; М. Н. Григорьев. - М. :Юрайт, 2010. - 36 с.
2. Маркетинговые исследования: [учебник] / Черчилль Гильберт А., Браун Том ; Гильберт А. Черчилль, Том Дж. Браун ; [пер. с англ. под ред. Г. Л. Багиева]. - 5-е изд. - СПб. [и др.] : ПИТЕР, 2010. - 699 с.
3. Аникеев, С.В. Разработка приложений баз данных в Delphi [Электронный ресурс]: самоучитель / С.В. Аникеев, А.В. Маркин. - М: Диалог-МИФИ, 2013. - Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=229741&sr=1
4. Маркетинг: краткий курс / - Москва: Издательство «Рипол-Классик», 2015. - 129 с. - (Скорая помощь студенту. Краткий курс). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-409-00650-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480895>.

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Википедия, свободная энциклопедия. [Электронный ресурс]. – Wikipedia <http://ru.wikipedia.org>
2. Свободный словарь терминов, понятий и определений по экономике, финансам и бизнесу. Бесплатный онлайн экономический словарь. [Электронный ресурс] – <http://termin.bposd.ru/>
3. Портал «Кирилл и Мефодий». [Электронный ресурс] <http://www.km.ru/>
4. Мега-энциклопедический архив «Рубрикон». [Электронный ресурс] <http://www.rubricon.ru/>
5. Энциклопедия маркетинга. [Электронный ресурс] <http://www.marketing.spb.ru/>

7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Лабораторные работы представляет собой либо самостоятельные работы студентов по разработке информационных моделей, либо работу в малых группах (1-3 человека). Каждый студент всегда выполняет строго определенную работу или ее часть.

Защита лабораторных работ производится не только перед преподавателем, но и другими студентами. Студенты, согласно ролевому информационному моделированию, чередуют роли: заказчик – разработчик модели. Любая выполненная работа сопровождается рефлексией.

При подготовке рефератов особое внимание обращается на подбор литературы и интернет-источников. Общее количество литературных источников, включая тексты из Интернета, должно, как правило, составлять не менее 10 наименований.

Рефераты выполняют на листах формата А4. Страницы текста, рисунки, формулы нумеруют, рисунки снабжают надписями. Текст готовится шрифтом размера 14 пт. с интервалом между строками в 1,5 интервала, без недопустимых сокращений. В конце реферата должны быть сделаны выводы.

Реферат должен быть подписан студентом с указанием даты ее оформления.

Работы, выполненные без соблюдения перечисленных требований, возвращаются на доработку.

Выполненная студентом работа определяется на проверку преподавателю в установленные сроки. Если у преподавателя есть замечания, работа возвращается и после исправлений, либо вновь отправляется на проверку, если исправления существенные, либо предъявляется на зачете, где происходит ее защита.

Творческие задания (проекты), способствующие формированию компетенций базовой части ООП

Применение новых информационных технологий технологии в маркетинге сегодня рассматривается как одно из главных новых направлений модернизации экономики, как необходимое условие и важнейший метод обработки информации.

Основные направления применения новых информационных технологий технологии в маркетинге: организация автоматизированных систем управления взаимоотношениями с клиентами; организация маркетинговых исследований; разработка новых товаров и услуг.

Использование в экономической деятельности новых информационных технологий не отрицает традиционных технологий анализа и оценки, а выступает в качестве продукта оптимизации принятия решений, что позволяет значительно повысить их качество.

Пример. Проведите анализ по одной из выбранных вами тематик (не менее 12 слайдов и 15 листов текста). Обоснуйте выбор источников информации. Возможно использование звукового сопровождения, анимации (аудио и видеоматериалов). В колонтитуле слайдов укажите Ф.И.О. автора, курс. Критерии оценки работ:

- функциональность представленного материала;
- надежность источников информации;
- качество оформления;
- представление и защита.

Темы презентаций и докладов:

- Эволюция маркетинговых программ лояльности и их автоматизация;
- «Анализ средств рекламы в Краснодарском крае».
- «Оценка и анализ программных средств создания Интернет-магазинов».
- Этика в маркетинге. Проблемы плагиата.
- «Анализ функциональных возможностей различных версий процессоров ЭТ».

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 являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

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

8.1 Перечень информационных технологий

Методология триплексного анализа компьютерных информационных моделей с точки зрения различных социальных ролей

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения

1. Windows 8.1
2. Microsoft Office
3. Программное обеспечение для организации управляемого коллективного и безопасного доступа в Интернет.
4. Matlab (пакеты fuzzy logic toolbox, Neural Network toolbox, Anfis toolbox, Simulink toolbox), ГК №127, 2014 г

8.3 Перечень необходимых информационных справочных систем

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)
3. Википедия, свободная энциклопедия. [Электронный ресурс]. – Wikipedia <http://ru.wikipedia.org>

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

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Ауд. 129
2.	Лабораторные занятия	Компьютерный класс, оснащенный специализированной мебелью и техническими средствами обучения, компьютерами. Количество соответствует количеству студентов. Ауд. 101, 105, 106А.
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Компьютерный класс, оснащенный специализированной мебелью и техническими средствами обучения, компьютерами. Количество соответствует количеству студентов. Ауд. 101, 105, 106А.
4.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Ауд. 102. Читальный зал.