Министерство науки и высшего образования 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.
«__»_____ 2019г.

Б1.В.15 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки:	**38.03.06 «Торговое дело»**
Направленность (профиль):	**Маркетинг в торговле**
Программа подготовки:	**академическая**
Форма обучения:	**заочная**
Квалификация (степень) выпускника:	**бакалавр**

Краснодар 2019

1. Цели и задачи изучения дисциплины

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.

Задачи курса:

- создать условия для изучения студентами методов оценки и анализа МИС, 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 56,2 ч. контактной работы: проведение лекционных занятий (18 часов), практических занятий (36 час), а также самостоятельную подготовку (51,8 часов), заканчивается сдачей зачета.

2 Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана по направлению 38.03.06 «Торговое дело» (уровень бакалавриата). Дисциплина читается для всех профилей направления. Ее изучение запланировано в 6 семестре 3 курса.

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

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

3 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 8, 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	- структуру маркетинговой информационной системы МИС; - тенденции на рынке ПО для торговых организаций - источники маркетинговой информации; - основные методы формирования маркетинговых баз данных с помощью 1С, MS Excel, STATISTICA	- находить источники маркетинговой информации для МИС; - пользоваться инструментами MS Office, STATISTICA для обработки и оформления собранной маркетинговой информации	- способами формирования баз данных для МИС; - основными инструментами MS Excel, STATISTICA для обработки, анализа и графического представления маркетинговой информации;
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) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со сред-	- 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 (1С), с помощью программ офисного	- преобразовывать данные коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической информации в STATISTICA; - интерпретировать результаты анализа; - выполнять дисперсионный, регрессионный, факторный, кластерный, дискриминантный анализы и графически представлять полученные результаты; - выявлять корреляционную зависимость между пере-	- методами анализа баз данных коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях; -методами преобразования маркетинговых данных; - навыками графического оформления отчетов, результатов маркетингового исследования.

№ п. п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		ством управления информацией	назначения;	менными массива собранных данных	
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; - вопросы маркетингового аудита	- формировать отчеты и презентации; -пользоваться информацией МИС о коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях; - пользоваться методом списков	- методами работы с информацией о коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях - способами проведения анализа МИС

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

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

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)
		5 семестр
Аудиторные занятия (всего)	54	54
В том числе:		
Занятия лекционного типа	18	18
Занятия семинарского типа (практические занятия)	36	36
Иная контактная работа:		
Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)
			5 семестр
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2
Самостоятельная работа (всего)		51,8	51,8
В том числе:			
Проработка учебного материала		6	6
Выполнение индивидуальных заданий		36	36
Реферат			
Подготовка к текущему контролю		3	3
Контроль:			
Подготовка к зачету		6,8	6,8
Общая трудоем-кость	**час.**	108	108
	в том числе контактная работа	56,2	56,2
	зач. ед	3	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	8	4	0		4
2	Информационные технологии маркетинга	36	10	6		20
3	Глобальные информационные технологии и социальные сети	18	4	6		8
4	Практика применения программных средств Excel и STATISTICA	44		24		19,8
	Итого:		18	36		51,8

4.2 Содержание тем дисциплины:

4.2.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Информационные	Истоки и этапы развития информацион-	О

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
	технологии: понятия, терминология, классификация. Современный уровень программно-аппаратной реализации	ных 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. Модель управления информацией, данными и знаниями. Физический уровень (программно-аппаратная реализация). Тенденции развития программно-аппаратных средств	
2	Информационные технологии маркетинга	Информационное обеспечение маркетинговой деятельности. Маркетинговые информационные системы (МИС). Метод списков. 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. Системы поддержки принятия решений.	О
3	Глобальные информационные технологии и социальные сети	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. Современное обеспечение маркетинговых исследований. Методы распознавания опасностей применения новых информационных технологий.	О
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 ба-	О

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

4.2.2 Занятия практические

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Информационные технологии маркетинга	Применение метода списков. Аудит маркетинговой информационной системы (МИС) предприятия. Анализ отчётности, исследований. Информационная служба. Индикаторы отрасли. Внешняя информация. Собственные исследования	ИПЗ
2	Информационные технологии маркетинга	Схематизация потоков маркетинговой информации в торговой организации. Совершенствование маркетинговой информационной системы (МИС)	ИПЗ, З
3	Глобальные информационные технологии	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.	П
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 базо-	ИПЗ

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
		вого 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 студента средствами STATISTICA. Построение графиков и диаграмм по результатам анализа средствами Excel и STATISTICA.	

О – опрос, ИПЗ- индивидуальные практические задания , Э-эссе, З - задачи, ТЗ – тестовые задания, П-презентация, Р – реферат, ДИ – деловая игра

4.2.3 Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия - не предусмотрены

4.2.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы – не предусмотрены

4.3 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

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
		июня 2017 г.
4	Подготовка к текущему контролю	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

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 компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, разбор конкретных ситуаций, поиск решения и т.д.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. При освоении дисциплины в учебном процессе используются активные и интерактивные формы проведения занятий, а именно:

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

В рамках учебной дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности» предусмотрено выполнение заданий в он-лайн 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.

5. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

5.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

5.1.1. Примеры вопросов метода списков

1. Позволяет ли форма ведения финансовой отчётности осуществлять регулярный анализ сбыта?
2. Какие коррективы стоит внести в ведение отчётности для получения ключевых показателей эффективности относительно рынка и маркетинга?
3. Какие внутренние и внешние системы наблюдения за рынком и маркетингом существуют?
4. Кто несёт ответственность за сбор и распространение информации в организации?
5. Существуют ли какие-либо системы проверки:
   - эффективности сбора информации
   - точности распространения, передачи
   - степени использования информации?
   - …

1) Скорректируйте список для применения в торгово-производственной организации
2) Обоснуйте и добавьте в список свои пункты
3) Подготовьте ВАШ список в предложения ВКР

5.1.2. Примеры схем подсистем МИС для сопоставления с базовой организацией

Схема 1



Схема 2



5.1.3. Примеры заданий для практических занятий

1. Выполнить операции преобразования и формирования маркетинговой информации для ВКР.
2. Применить STATISTICA в качестве инструмента преобразования маркетинговой информации в электронный вид.
3. Применить технологию работы с табличными данными в STATISTICA
4. Применить техники копирования данных из интернет-источников.
5. Показать особенности копирования данных сайтов gks.ru, fedstat.ru, customs.ru в таблицы
6. Использовать приемы ранжирования, разделения данных.
7. Разработать формы ввода данных маркетингового исследования для базового предприятия
8. Построить графики, диаграммы в STATISTICA
9. Выполнить анализ баз данных курсовых работ и ВКР по индивидуальным планам студента

5.1.4. Примеры тем докладов-презентаций

Варианты презентаций

1. Библиотечная сеть РФ. Электронные библиотеки по маркетингу
2. Периодические издания по торговле. Электронные издания
3. Периодические издания по маркетингу. Электронные издания
4. Маркетинг в СМИ. Электронные СМИ, специализирующиеся на маркетинге
5. Электронные СМИ, специализирующиеся на торговом деле
6. Конференции, выставки, совещания и другие события в маркетинге
7. Конференции, выставки, совещания и другие события в торговом деле
8. Образовательные ресурсы по маркетингу (ВУЗы, курсы, семинары, тренинги)
9. Образовательные ресурсы по торговому делу (ВУЗы, курсы, семинары тренинги)
10. Маркетинговые агентства
11. Торговые сети. Представленность информации о ценах и ассортименте
12. Услуги в области маркетинга. Возможности аутсорсинга
13. Работа, трудоустройство, оплата труда маркетологов
14. Работа, трудоустройство, оплата труда в торговле
15. Сайты, форумы, чаты, на которых обсуждаются профессиональные проблемы в маркетинге
16. Сайты, форумы, чаты, на которых обсуждаются профессиональные проблемы в торговом деле
17. Электронные СМИ, специализирующиеся на торговом деле
18. Интернет-торговля. Специализация и динамика рынка
19. Литература и электронные ресурсы по торговому делу в библиотеке КубГУ
20. Литература и электронные ресурсы по маркетингу в библиотеке КубГУ
21. Литература и электронные ресурсы по информационным технологиям в библиоте-

Варианты презентаций

ке КубГУ
22. Услуги в области информационных технологий для маркетинговой деятельности
23. 3D технологии в маркетинге и рекламе
24. Маркетинговые возможности цифровизации общества
25. Анализ поведения потребителей с помощью приложений для смартфонов
26. Анализ динамики посещения ТЦ с помощью приложений для смартфонов

5.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

ФОС нормирует результаты освоения дисциплины – анализ маркетинговой информационной системы базового предприятия ВКР по индивидуальным планам студентов. Бакалавры выполняют проектные задания с целью получения необходимой маркетинговой информации для совершенствования маркетинговой информационной системы (МИС).

Схемы, подсистемы МИС составляются по данным предприятий производственной практики студентов.

Результаты освоения дисциплины – результаты анализа МИС предприятия - должны войти в исследовательскую часть выпускной квалификационной работы студентов.

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.

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

6.1. 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. Полынская, Г. А. Информационные системы маркетинга [Электронный ресурс] : / Г. А. Полынская. - 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.

6.2. 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.

6.3. Периодические издания и интернет-ресурсы

11. «Маркетинг в России и за рубежом». Периодический журнал. http://www.mavriz.ru/
12. Журнал «Медиа Профи». http://www.mediaprofi-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…

7. 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 методом списков для анализа МИС и STATISTICA для анализа данных;
- формирование навыков многомерного анализа информации.

Все это позволит студенту решать стандартные задачи применения информационных технологий в профессиональной деятельности, осуществлять анализ информации и систем информации (МИС), необходимых 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;
- 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.

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

8.1. Перечень информационных технологий

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

8.2. Перечень необходимого программного обеспечения.

1. Windows
2. Microsoft Office
3. STATISTICA
4. 1С

8.3. 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)

9. 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-образовательную среду университета Ауд. 213А, 218А, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н

10. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

В процессе изучения дисциплины используются современные профессиональные базы данных, информационные справочные и поисковые системы, находящиеся в режиме свободного доступа. Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных и поисковых систем ежегодно обновляется.

Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных и поисковых систем, используемых в процессе преподавания дисциплины

	Наименование электронного ресурса	Ссылка на электронный адрес
1.	Базы данных Министерства экономического разви-	**Ошибка! Недопустимый объект ги-**

	тия и торговли РФ	**перссылки.**
2.	Базы статистических данных Росстата	http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/
3.	Консультант Плюс – справочная правовая система. Доступ к СПС Консультант Плюс предоставляется в Зале доступа к электронным ресурсам и каталогам (к. А 213 библиотечный корпус), class@lib.kubsu.ru	http://www.consultant.ru/
4.	Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals)	https://www.esomar.org
5.	Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR - Базы рынка рекламы	https://www.restko.ru/
6.	База данных исследований Центра стратегических разработок	https://www.csr.ru/issledovaniya/
7.	База данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) РАН	http://www2.viniti.ru/
8.	Базы данных в сфере интеллектуальной собственности, включая патентные базы данных	www.rusnano.com
9.	База данных Федерального института промышленной собственности	www.fips.ru
10.	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия)	http://uisrussia.msu.ru/
11.	Базы данных компании «Ист Вью»	http://dlib.eastview.com