

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет управления и психологии

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
Хагуров Т.А.
подпись
« 29 » мая 2020г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.16.01 ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ

Направление подготовки: *46.03.02 Документоведение и архивоведение*

Направленность (профиль): *Организационное проектирование
документационного обеспечения управления в
организации*

Программа подготовки: *академическая*

Форма обучения: *заочная*

Квалификация (степень) выпускника: *бакалавр*

Краснодар 2020

Рабочая программа дисциплины Информационный маркетинг составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 46.03.02 Документоведение и архивоведение (профиль: Организационное проектирование систем документационного обеспечения управления)

Программу составил:

Программу составил:

А.П. Савченко, доцент кафедры, руководитель магистерской программы, кандидат физико-математических наук, доцент



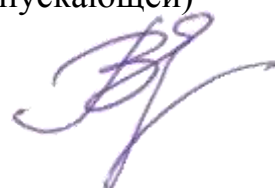
Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры общего, стратегического, информационного менеджмента и бизнес-процессов протокол № 9 от «22» мая 2020 г.

Заведующий кафедрой Ермоленко В.В.



Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) протокол № 9 от «22» мая 2020 г.

Заведующий кафедрой (выпускающей) Ермоленко В.В.



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета управления и психологии протокол № 6 от «25» мая 2020 г.

Председатель УМК факультета Шлюбуль Е.Ю.



Рецензенты:

Бондарева Марина Ивановна, начальник отдела служебной переписки администрации Краснодарского края

Рябченко Наталья Анатольевна, канд. полит. наук, доцент кафедры социальной работы Кубанского государственного университета

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цели дисциплины

Основной целью дисциплины является подготовка слушателей по основным вопросам теории и практики информационного маркетинга и исследования рынка информационных систем электронного документооборота.

Цели изучения дисциплины:

- 1) формирование научного представления о задачах, методах и инструментах информационного маркетинга;
- 2) приобретение знаний о современном состоянии и перспективах развития рынка информационных систем ЭД;
- 3) приобретение практических навыков работы с конкретными представителями систем электронного документооборота организации.

Дисциплина рассматривает эволюцию развития информационных систем, особое внимание уделяется изучению инструментам информационного маркетинга, методике сравнительного анализа информационных систем. На практических примерах рассматриваются особенности различных информационных систем электронного документооборота.

1.2 Задачи дисциплины

Для достижения целей решаются следующие задачи изучения дисциплины:

Теоретическая компонента

- изучение основных технологий маркетинга;
- изучение основных терминов в области информационного маркетинга;
- изучение методик формирования требований и выбора систем электронного документооборота для организации;
- изучение методов анализа рынка СЭД и программных платформ для их реализации.

Познавательная компонента

- изучение эволюции развития информационных систем электронного документооборота;
- изучение методики формирования подсистемы информационного обеспечения в системе менеджмента предприятия;

Практическая компонента

- умение сформулировать требования к информационной системе электронного документооборота компании;
- умение проводить сравнительный анализ и выбор программных средств СЭД;
- приобретение опыта решения практических задач средствами систем электронного документооборота.

1.3 Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Информационный маркетинг» принадлежит к вариативным дисциплинам блока Б1 направления подготовки 46.03.02 «Документоведение и архивоведение» основной образовательной программы бакалавра и имеет индекс Б1.В.ДВ.16.01

Объектом изучения курса являются методы и инструменты информационного маркетинга.

Предметом изучения курса являются:

- задачи и функции информационного маркетинга в организации;
- принципы формулирования требований для информационных систем организации;
- инструменты автоматизации процессов делопроизводства;
- методика выбора и внедрения систем электронного документооборота в деятельность компании;

Для успешного усвоения дисциплины необходимо, чтобы студент имел знания, умения, владение и опытом деятельности в объеме требований следующих дисциплин: информатика, изучаемых на первом и втором курсе обучения.

Предшествующие дисциплины: Информатика, Введение в направление, на которые опирается изучаемая дисциплина и являющиеся необходимым «входным» уровнем освоения данной дисциплины. В свою очередь, изучение дисциплины обеспечивает возможность успешного освоения студентами следующих дисциплин основной образовательной программы: Документационное обеспечение системы менеджмента качества.

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

В итоге изучения дисциплины студенты должны приобрести необходимые для фактического проявления заявленных компетенций представления, знания, умения и навыки. В таблице представлено содержание данных результатов с указанием компетенций, фактическое проявление которых они обеспечивают.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных и общепрофессиональных компетенций

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-2	Владением базовыми знаниями в области информационных технологий (программные продукты,	программные средства, используемые в управлении документами, системы	Уметь применять информационные технологии	технологиями сканирования документов

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		используемые в управлении документами, системы электронного документооборота, технологии сканирования документов)	электронного документооборота		
2	ПК-4	Способностью самостоятельно работать с различными источниками информации	Знать методы работы с различными источниками информации	Уметь использовать информационные инструменты маркетинга	Владеть способностью самостоятельно работать с различными источниками информации
3	ПК-6	Способностью анализировать ситуацию на рынке информационных продуктов и услуг, давать экспертную оценку современным системам электронного документооборота и ведения электронного архива	Знать ситуацию на рынке информационных продуктов и услуг, давать экспертную оценку современным системам электронного документооборота и ведения электронного архива	Уметь анализировать ситуацию на рынке информационных продуктов и услуг, давать экспертную оценку современным СЭД	Владеть способностью анализировать ситуацию на рынке информационных продуктов и услуг, давать экспертную оценку современным системам электронного документооборота и ведения электронного архива

2.2. Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам и темам дисциплины. Разделы дисциплины, изучаемые в 3 (для ОФО) и 2 (для ЗФО) семестре.

Основные разделы дисциплины:

№ темы	Наименование модулей, разделов и тем	ОФО					ЗФО				
		Всего	Аудиторная работа			СРС	Всего	Аудиторная работа			СРС
			Л	ПЗ	ЛР			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7					
I	Основы маркетинга в организации	60	6	14		40		4	4		60
1	Введение в современный маркетинг. Эволюция маркетинговой концепции		1	2		8		2			20
2	Принципиальная структура системы маркетинга организации		1	-		8					10
3	Задачи и функции маркетинга			4		8			2		10
4	Изучение окружающей среды и анализ рынков. Маркетинговые исследования и маркетинговые информационные системы			4		8		2			10
5	Сегментирование рынков и позиционирование товара		4	4		8			2		10
II	Классы систем электронного документооборота	58	8	12		46		2	2		80
6	Системы управления корпоративным содержимым (CMS)		4	4		12		1	2		26
7	Системы, ориентированные на бизнес-процессы. Системы управления потоками работ (workflow).		2	4		18		1			30
8	Системы управления корпоративными знаниями		2	4		16					24
III	Анализ рынка систем электронного документооборота	38	4	-		34					50
9	Основные игроки и сегменты рынка СЭД. Опыт внедрения СЭД в разных отраслях. Статистика использования СЭД в регионах России		2			12					24
10	Перспективы и динамика развития рынка СЭД. Основные тенденции развития.		2			22					26
IV	Специфика внедрения СЭД в организации	40	2	10		28					41
11	Технологии выбора СЭД для внедрения		-	6		12					20
12	Этапы внедрения СЭД		2	4		16					21
	КР	14									
	ИКР	0,3					0,3				
	Экзамен	45	-				9				
	Итого по дисциплине	252	18	36		148	252	6	6		231

2.3. Содержание разделов и тем дисциплины

2.3.1. Занятия лекционного типа

№ Раздела и темы	Наименование раздела и темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
I	Основы маркетинга в организации		
1	Введение в современный маркетинг. Эволюция маркетинговой концепции	Введение в современный маркетинг. Основные термины и определения в области маркетинга. Эволюция маркетинговой концепции. Современные тенденции и перспективы	Ответ на семинаре
2	Принципиальная структура системы маркетинга организации	Принципиальная структура системы маркетинга организации	Ответ на семинаре
3	Задачи и функции маркетинга	Задачи и функции маркетинга. Маркетинг как управленческий процесс в решении проблем адаптации возможностей фирмы к быстроменяющимся требованиям и условиям внешнего рыночного окружения	Ответ на семинаре
4	Изучение окружающей среды и анализ рынков. Маркетинговые исследования и маркетинговые информационные системы	Изучение окружающей среды и анализ рынков. Виды маркетинговых исследований. Технологии и инструменты. Классификация и структура маркетинговых информационных систем.	Отчет по ПР
5	Сегментирование рынков и позиционирование товара	Виды рынка. Способы сегментирования рынка: территориальный, ценовой, функциональный. Особенности позиционирования информационных продуктов и услуг.	Отчет по ПР на семинаре
II	Классы систем электронного документооборота		
6	Системы управления корпоративным содержимым (CMS)	Характеристика систем управления информационным контентом. Основные задачи CMS. Предоставление инструментов для создания содержимого, организация совместной работы над содержимым. Управление содержимым:	Отчет по ПР на семинаре

		хранение, контроль версий, соблюдение режима доступа, управление потоком документов и т. п. Публикация содержимого. Представление информации в виде, удобном для навигации, поиска.	
7	Системы, ориентированные на бизнес-процессы. Системы управления потоками работ (workflow)	Назначение, сферы применения технологии «workflow». Принципы организации workflow-систем. Характеристика классов систем, их назначение, сферы применения и особенности использования.	Отчет по ПР на семинаре
8	Системы управления корпоративными знаниями	Понятие корпоративного знания и корпоративной памяти. Эволюция систем СЭД в сторону управления знаниями. Основные задачи и структура корпоративных СУЗ. Подсистема формализации знаний. Подсистема тиражирования знаний и обучения. Подсистема поиска.	Эссе
III	Анализ рынка систем электронного документооборота		
9	Основные игроки и сегменты рынка СЭД. Опыт внедрения СЭД в разных отраслях.	Основные игроки и сегменты рынка СЭД. Опыт внедрения СЭД в разных отраслях. Статистика использования СЭД в регионах России	Отчет по ПР на семинаре
10	Основные тенденции развития рынка СЭД.	Перспективы и динамика развития рынка СЭД. Основные тенденции развития: Интеграция СЭД в корпоративные информационные системы, формирование сектора систем управления знаниями	Отчет по ПР на семинаре
IV	Специфика внедрения СЭД в корпорации		
11	Технологии выбора СЭД для внедрения	Придание электронному документу юридической силы. Взаимодействие с внешней средой. Миграция существующих документов. Особенности внедрения СЭД на предприятиях разных видов деятельности. Общие проблемы внедрения систем документооборота	Отчет по ПР на семинаре
12	Этапы внедрения СЭД	Предварительный анализ системы ДОУ. Выбор СЭД для внедрения. Обучение пользователей и настройка СЭД. Оценка эффективности и возврата инвестиций от внедрения системы документооборота	Отчет по ПР на семинаре

2.3.2 Занятия семинарского типа

№ темы	Наименование раздела	Тематика практических работ	Форма текущего контроля
1	Общая характеристика СЭД, их обобщенная структура	Принципы построения СЭД, состав функциональных модулей и обеспечивающих подсистем. Структура и отдельные компоненты СЭД.	Защита отчета по п/р
2	Задачи и функции маркетинга	Задачи и функции маркетинга. Маркетинг как управленческий процесс в решении проблем адаптации возможностей фирмы к быстроменяющимся требованиям и условиям внешнего рыночного окружения	Защита отчета по п/р
3	Изучение окружающей среды и анализ рынков. Маркетинговые исследования и маркетинговые информационные системы	Изучение окружающей среды и анализ рынков. Виды маркетинговых исследований. Технологии и инструменты. Классификация и структура маркетинговых информационных систем.	Защита отчета по п/р
4	Сегментирование рынков и позиционирование товара	Виды рынка. Способы сегментирования рынка: территориальный, ценовой, функциональный. Особенности позиционирования информационных продуктов и услуг.	Защита отчета по п/р
5	Системы управления корпоративным содержимым (CMS)	Инструменты для создания содержимого, организация совместной работы над содержимым. Управление содержимым: хранение, контроль версий, соблюдение режима доступа, управление потоком документов. Публикация содержимого.	Защита отчета по п/р
6	Системы, ориентированные на бизнес-процессы. Системы управления потоками работ (workflow)	Управление потоками работ. Основы работы с workflow-системами.	Защита отчета по п/р
7	Системы управления корпоративными знаниями	Основные задачи и структура корпоративных СУЗ. Подсистема формализации знаний. Подсистема тиражирования знаний и обучения. Подсистема поиска	Эссе

8	Технологии выбора СЭД для внедрения	Придание электронному документу юридической силы. Взаимодействие с внешней средой. Миграция существующих документов. Особенности внедрения СЭД на предприятиях разных видов деятельности.	Защита отчета по п/р
9	Этапы внедрения СЭД	Планирование процесса внедрения СЭД, основные этапы внедрения, распределение ресурсов по этапам	Защита отчета по п/р

2.3.3 Темы лабораторных занятий

Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены.

2.3.4 Темы для самостоятельного изучения

Наименование темы	Количество часов	
	ОФО	ЗФО
Понятие системы электронного документооборота. Место системы электронного документооборота (СЭД) в экономической информационной системе	6	12
Современные инструменты и технологии маркетинга	6	12
Способы обработки маркетинговой информации	6	12
Характеристика OCR, ICR и OMR-методов распознавания документов.	8	16
Методы индексирования документов.	8	12
Эволюция технологий маркетинга.	6	12
Понятие информационно-поисковой системы. Основные компоненты ИПС.	8	12
Классификация систем управления документами и их характеристика.	8	12
Основные задачи организации СЭД. Этапы развития СЭД. Классы СЭД.	8	16
Характеристика методов и средств организации приема-передачи документов в СЭД.	8	12
Характеристика систем управления информационным контентом. Основные задачи CMS.	8	16
Назначение, сферы применения технологии «workflow». Принципы организации workflow-систем.	8	13
Понятие корпоративного знания и корпоративной памяти. Эволюция систем СЭД в сторону управления знаниями.	12	20
Общие проблемы внедрения систем документооборота	6	12
Предварительный анализ системы ДОУ. Выбор СЭД для внедрения.	10	16
Оценка эффективности и возврата инвестиций от внедрения системы документооборота	28	26

<i>Всего</i>	148	231
--------------	-----	-----

3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА АУДИТОРНЫХ ЗАНЯТИЯХ

Реализация активных, инновационных образовательных технологий, которые способствуют развитию общекультурных и профессиональных компетенций, обучающихся приведены в таблицах 6 и 7.

№ темы	Вид занятия (Л, ПР, ЛР), тема занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов	
			ОФО	ЗФО
1	ПР-2. Задачи и функции маркетинга	Разбор конкретных ситуаций (кейсов)	4	2
2	ПР-3. Изучение окружающей среды и анализ рынков	Разбор конкретных ситуаций (кейсов)	4	-
2	ПР-4. Сегментирование рынков и позиционирование товара	Разбор конкретных ситуаций (кейсов)	4	2
3	ПР-8. Выбор системы электронного документооборота для внедрения в организации	Деловая игра	6	-
4	ПР-9. Этапы внедрения СЭД	Разбор конкретных ситуаций (кейсов)	4	-
<i>Всего:</i>			22 час.	4 час.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

4.1.1. Темы эссе

№ п/п	Темы
1.	Роль менеджмента знаний в современной корпорации
2.	Современные тенденции в области автоматизации управления документооборотом
3.	Технологии автоматизации и информатизации делопроизводства
4.	Специфика автоматизации делопроизводства на предприятиях различных сфер деятельности
5.	Эффекты и барьеры при внедрении систем электронного документооборота
6.	Методы воспроизводства знаний в системе управления знаниями корпорации
7.	Система управления документооборотом, как часть корпоративной экономической информационной системы.
8.	Проблемы информатизации государственных учреждений: российский и зарубежный опыт
9.	Структура и функции системы управления знаниями корпорации
10.	Требования и принципы создания СУД, состав и содержание подсистем.
11.	Проблемы информационной безопасности в сетевой организации
12.	Методы и средства моделирования, оценки и анализа документооборота в экономических системах.
13.	Современное состояние российского рынка систем управления документооборотом
14.	Особенности использования CASE-средств для моделирования и оценки документооборота и деловых процессов компании

4.1.2. Кейс-задания

Тема: Автоматизация составления электронных документов и процессов ввода потоков входящих документов

Задание: На примере выбранной системы электронного документооборота изучить:

- элементы электронного документа и методы их заполнения и контроля,
- состав операций проектирования и обработки ЭД.
- особенности проектирования и заполнения и обработки Web-форм.

Выполнить:

- автоматизированный ввод входящих документов.
- описание полей документа
- обработку и ввод документов с помощью OCR–системы распознавания документов.

Тема: Автоматизация хранения электронных документов

На примере выбранной системы электронного документооборота и конкретной организации изучить:

– Методы организации хранения и поиска документов в СЭД.

Выполнить:

- проектирование и организацию электронного архива компании
- поиск документов по разным признакам и с помощью разных инструментов.

Тема: Организация системы электронного документооборота

На примере выбранной системы электронного документооборота и конкретной организации изучить:

– методы автоматизированного контроля исполнения документов.

– Особенности организации коллективной обработки документов на принципах технологии "groupware".

– Особенности организации СЭДО, ориентированных на использование "docflow"-технологии.

Выполнить:

- организацию маршрутизации документопотоков;
- организацию групповой работы над документом с использованием программных средств.

Критерии оценки:

1. Оценка «зачтено» выставляется студенту, если:

- выполненное задание соответствует сформулированным в кейсе требованиям (адекватность поставленной задаче);
- студент проявил оригинальность и креативность при решении задачи, показал умение работать с программными средствами;
- в результате решения задачи получен качественный, законченный информационный продукт, который может быть использован в реальной организационной или управленческой деятельности.

2. Оценка «не зачтено» выставляется, если полностью выполнено лишь одно из трех вышеперечисленных требований.

4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Перечень вопросов, выносимых на экзамен по учебной дисциплине

1. Основные термины и определения в области маркетинга.
2. Эволюция маркетинговой концепции. Современные тенденции и перспективы
3. Принципиальная структура системы маркетинга организации
4. Задачи и функции маркетинга.
5. Изучение окружающей среды и анализ рынков.
6. Виды маркетинговых исследований.
7. Классификация и структура маркетинговых информационных систем.
8. Виды рынка. Способы сегментирования рынка: территориальный, ценовой, функциональный.
9. Особенности позиционирования информационных продуктов и услуг.
10. Классические системы электронного документооборота. Основные элементы СЭД. Хранилище документов.

11. Классические системы электронного документооборота. Основные элементы СЭД. Хранилище карточек документов.
12. Классические системы электронного документооборота. Основные элементы СЭД. Модули бизнес-логики.
13. Функции и задачи, решаемые СЭД (хранение, маршрутизация, разграничение доступа и др.).
14. Проблемы перехода от бумажного к электронному документообороту.
15. Основные классы СЭД. Системы управления корпоративным содержимым (CMS). Системы работы с изображениями.
16. Основные классы СЭД. Системы, ориентированные на бизнес-процессы. Системы управления потоками работ (workflow).
17. Группы СЭД на российском рынке (оригинальные российские разработки, модификации западных программных платформ). Преимущества и недостатки основных представителей этих групп.
18. Основные игроки на российском рынке СЭД. Тенденции развития рынка СЭД.
19. Облачные технологии автоматизации документооборота. Понятие облачных вычислений, их достоинства и недостатки.
20. Группы облачных сервисов работы с документами, их характеристика и основные представители.
21. Единое информационное пространство организации. Структура информационного пространства, его основные задачи.
22. Процесс выбора и внедрения СЭД в организации. Основные этапы: обоснование необходимости внедрения, критерии выбора.
23. Процесс выбора СЭД для организации. Методика сравнительного анализа СЭД.
24. Основные этапы процесса внедрения СЭД для организации (подготовка инфраструктуры, обучение и т.д.)
25. Технологии внедрения СЭД. Барьеры при внедрении систем документооборота.
26. Барьеры при внедрении систем. Затраты и эффекты от внедрения СЭД в организации.

Критерии определения оценок на экзамене по дисциплине

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если:

1. Полно раскрыто содержание материала в объёме программы.
2. Чётко и правильно даны определения и раскрыто содержание.
3. Ответ самостоятельный, при ответе использованы знания, приобретённые ранее.
4. Твёрдые практические навыки.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если:

1. Раскрыто основное содержание материала.
2. В основном правильно даны определения, понятия.
3. Ответ самостоятельный.
4. Материал изложен неполно, при ответе допущены неточности, нарушена последовательность изложения. Допущены небольшие неточности при выводах и использовании терминов.
5. Практические навыки нетвёрдые.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если:

1. Усвоено основное содержание материала, но изложено фрагментарно, не всегда последовательно.
2. Определения и понятия даны не чётко.
3. Неумение использовать знания, полученные ранее.
4. Практические навыки слабые.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если:

1. Основное содержание учебного материала не раскрыто.
2. Не даны ответы на дополнительные вопросы преподавателя.
3. Допущены грубые ошибки в определениях.
4. Нет практических навыков в использовании материала.

При изучении дисциплины используются следующие инновационные технологии: электронные презентации, решение проблемных ситуаций в составе малых групп, подготовка индивидуальных письменных аналитических работ в форме эссе.

Фонд оценочных средств хранится на кафедре.

5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Основная литература

1. Основы маркетинга [Текст] = Principles of marketing / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс; [пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид; под ред. А. В. Назаренко]. - 5-е европейское изд. - Москва [и др.]: Вильямс, 2018. - 751 с. (80 экз).
2. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Реброва Н. П. - М.: Юрайт, 2018. - 186 с. - <https://biblio-online.ru/book/877B0C3B-7771-495B-BBFF-EB58FDFFE4E8/strategicheskij-marketing>.
3. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик [Электронный ресурс]: учебное пособие / Рыжикова Т. Н. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 288 с. - <http://znanium.com/catalog/product/915555>.
4. Инновационный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.]; под ред. С. В. Карповой. - М.: Юрайт, 2018. - 457 с. - <https://biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50>

5.2 Дополнительная литература

1. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Жильцовой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юрайт, 2018. - 301 с. - <https://biblio-online.ru/book/EA68BCAC-C4CC-4B50-8A4E-B4CDF1858FB0>.
2. Синяева, И. М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. - 3-е изд., пер. и доп. - М.: Юрайт, 2018. - 495 с. - <https://biblio-online.ru/book/43F94F6D-751E-4C5A-83FB-2DC15CD1AAFE/marketing>.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.]; под общ. ред. С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. - М.: Юрайт, 2018. - 404 с. - <https://biblio-online.ru/book/2740C8E3-D2DF-4A4C-906E-24484CACD467>.
4. Архангельская, Ирина Борисовна. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Менеджмент" (квалификация (степень) "бакалавр") / И. Б. Архангельская, Л. Г. Мезина, А. С. Архангельская. - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2018. - 170 с. (1 экз)

6. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Документооборот и делопроизводство. Системы электронного документооборота. URL: <http://www.doc-online.ru/>

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Курс предусматривает занятия в компьютерном классе, подключенном к Интернету с установленным специализированным программным обеспечением. Предусмотрены лекции, лабораторные занятия в виде выполнения практических заданий по созданию электронных макетов публикаций.

Для эффективного изучения практической части дисциплины настоятельно рекомендуется:

- систематически выполнять подготовку к практическим занятиям по предложенным преподавателем темам;
- своевременно выполнять и защищать лабораторные задания.

Самостоятельная работа студента - один из важнейших этапов в подготовке специалистов. Она приобщает студентов к исследовательской работе, обогащает опытом и знаниями, необходимыми для дальнейшего их становления как специалистов, прививает навыки работы с литературой.

Цель самостоятельной работы - систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний с использованием современных информационных технологий и литературных источников. Для развития навыков самостоятельной работы студентами во время самостоятельной работы выполняются:

- эссе по проблемам современных тенденций развития технологий управления документами;
- домашние задания по поиску в Интернете информации на заданную научную тему и подготовке доклада.
- доклады, связанные с правовыми аспектами использования электронных документов, охраной интеллектуальной собственности;

Эссе или доклад готовится студентом самостоятельно, в нём обобщаются теоретические материалы по исследуемой теме с использованием материалов из общетехнической и специальной литературы, нормативно-правовых документов, стандартизирующих рассматриваемую сферу. В содержании доклада должен быть собственный анализ и критический подход к решению проблемы по выбранной теме исследования. Материалы должны быть изложены на высоком теоретическом уровне, с применением практических данных, примеров.

Студентам рекомендуется непрерывно проводить научные исследования под руководством преподавателя кафедры по избранной теме и готовить сообщения на научные конференции, статьи в Сборник молодых исследователей и научные журналы.

Обучение студентов с ограниченными возможностями организуется в соответствии с требованиями «Методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего профессионального образования» от «8» апреля 2014 г.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

8.1 Перечень необходимого программного обеспечения

- Microsoft Word 2010 или более поздний;
- Система электронного документооборота LocalOff;
- Средство чтения PDF-файлов Adobe Acrobat или аналог.

8.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

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

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и соответствующим программным обеспечением (ПО):
2.	Семинарские занятия	Компьютерный класс: 15 учебных мест с выходом в сеть Интернет и с программным обеспечением на сервере Учебная аудитория, оборудованная учебной мебелью
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория, оборудованная учебной мебелью
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория, оборудованная учебной мебелью
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. 403)