

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления и психологии

УТВЕРЖДАЮ:



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.О.10 ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки 46.04.02 Документоведение и архивоведение

Направленность (профиль) / специализация Управление документацией в организации, органах власти и управления

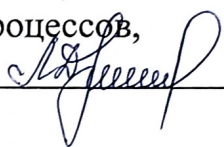
Форма обучения очная

Квалификация магистр

Краснодар 2025

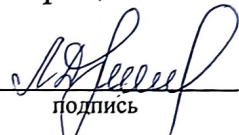
Рабочая программа дисциплины Б1.О.10 «Информационный маркетинг» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки/специальности 46.04.02 Документоведение и архивоведение (Управление документацией в организации, органах власти и управления)

Программу составила:

Заведующий кафедрой общего, стратегического, информационного менеджмента и бизнес-процессов, канд. экон. наук, доцент _____  Д.В. Ланская

Рабочая программа дисциплины, утверждена на заседании кафедры общего, стратегического, информационного менеджмента и бизнес-процессов протокол № 6 от «15» апреля 2025 г.

Заведующий кафедрой (разработчика) Ланская Д.В.

_____ 
подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета управления и психологии протокол № 10 от «22» апреля 2025 г.

Председатель УМК факультета Белокопытова К. М.

_____ 
подпись

Рецензенты:

Адаменко А.А., д-р экон. наук, профессор кафедры теории бухгалтерского учета ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина», профессор

Ключко Е.Н., д-р экон. наук, профессор кафедры менеджмента, ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина», доцент

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Информационный маркетинг» является формирование глубоких теоретических знаний по использованию методов информационного маркетинга; обучение способам и подходам практического применения инструментов маркетинга в деятельности архивных организаций на основе эффективного использования его потенциала с ориентацией на потребителя.

1.2 Задачи дисциплины

Теоретическая компонента:

- изучить теорию информационного маркетинга;
- изучить прикладные методы маркетинговых исследований на макро- и микроуровне;
- изучить основные проблемы и особенностей организации и планирования информационного маркетинга в организациях архивной отрасли и службах документоведения и документооборота фирм и компаний информационного предпринимательства.

Познавательная компонента:

- уметь использовать источники экономической, социальной, управленческой информации;
- уметь анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о маркетинговых исследованиях;
- уметь осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных задач;
- уметь представлять результаты аналитической исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи;
- владеть навыками проведения кабинетных и полевых маркетинговых исследований;
- владеть современными методами сбора, обработки и анализа вторичной и первичной (оперативной) маркетинговой информации.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Информационный маркетинг» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на первом курсе во втором семестре очной формы обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Дисциплина базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных по следующим дисциплинам: системный анализ и принятие решений в документоведении и архивоведении, управление организацией, цифровизация системы управления. В свою очередь она обеспечивает изучение следующих дисциплин: управление проектами в документоведении и архивоведении, системное управление организацией, цифровизация системы управления, информационное предпринимательство и рынок информационных услуг также учебную и производственную практики и итоговую государственную аттестацию. Учебная программа дисциплины «Информационный маркетинг» предусматривает проведение занятий в форме лекций и практических занятий. Она подготовлена в соответствии требованиями, предъявленными с требованиями ФГОС ВО 3++.

Достижение этой цели сопровождается раскрытием перед студентами значения рынка информации при организации деятельности государственных и муниципальных архивов и архивной отрасли в целом. В ходе обучения студенты должны научиться профессионально использовать возможности цифровых и информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности на рынке информационных ресурсов.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>)
ОПК-3 Способен использовать знания в области гуманитарных, социальных и экономических наук при осуществлении экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ	
ОПК-3.1. владеет знаниями в области гуманитарных, социальных и экономических наук	Знает теорию рыночной экономики и поведение потребителей в условиях спроса и предложения
	Умеет использовать методы проведения исследований рынка информации
	Имеет опыт использования методов исследования рынка информации
ОПК-3.2. владеет методиками проведения экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ	Знает методики проведения экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ в области информационного маркетинга
	Умеет использовать методики проведения экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ
	Имеет опыт проведения экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ в области информационного маркетинга
ОПК-3.3. способен осуществлять экспертные и аналитические, научно-исследовательские работы в области гуманитарных, социальных и экономических наук	Знает способы осуществления экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ в области экономических наук (информационного предпринимательства)
	Умеет выполнять экспертные и аналитические, научно-исследовательские работы в области экономических наук
	Имеет опыт осуществления экспертных и аналитических, научно-исследовательских работы в области гуманитарных, социальных и экономических наук
ОПК-3.4. может осуществлять интерпретацию полученных данных в области гуманитарных, социальных и экономических наук при осуществлении экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ	Знает методы обработки данных исследования рынка информации и интерпретации
	Умеет применять методы обработки данных о рынке информации и выявлять закономерности и проблемы.
	Имеет опыт применения методов обработки данных исследования рынка информации и интерпретации.
ОПК-3.5. имеет навыки постановки проблем и разработки вариантов их решения	Знает методы выявления и постановки проблем в области экономики, информационного маркетинга и предпринимательства.
	Умеет осуществлять выбор эффективных методов

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
	постановки проблем и их решения.
	Имеет опыт постановки проблем и разработки вариантов их разрешения.
ОПК-4 Способен использовать специальные профессиональные знания в области информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности.	
ОПК-4.1. – способен анализировать и сравнивать информационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности	Знает основные информационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности
	Умеет анализировать и выбирать информационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности, организовать использование информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности
	Владеет методиками использования информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности
ОПК 4.2. – владеет методиками использования информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности	Знает содержание методики использования информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности
	Умеет применять методику использования информационных технологий для решения маркетинговых задач в профессиональной деятельности
	Имеет навык применения методики использования информационных технологий для решения маркетинговых задач в профессиональной деятельности
ОПК 4.3. – способен организовать использование информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности	Знает алгоритм использования информационных технологий в маркетинговой деятельности
	Умеет организовать использование информационных технологий в для решения маркетинговых задач
	Имеет навык использования информационных технологий в для решения маркетинговых задач

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения
		очная
		1 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:	60,3	60,3
Аудиторные занятия (всего):	60	60
занятия лекционного типа	30	30
практические занятия		
семинарские занятия	30	30
Иная контактная работа:		
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3	0,3
Самостоятельная работа, в том числе:	48	48

Контрольная работа		10	10
Реферат/эссе (подготовка)		10	10
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)		18,0	18,0
Подготовка к текущему контролю		10	10
Контроль:		35,7	35,7
Подготовка к экзамену		-	-
Общая трудоемкость	час.	144	144
	в том числе контактная работа	60,3	60,3
	зач. ед	4	4

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 2 семестре 1 курса (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ЛР	ПЗ	
1.	Цели, задачи, основные направления, этапы и виды маркетинговых исследований	16	4		4	8
2.	Маркетинговая информация: виды, источники, критерии выбора, методы сбора, обработки и анализа информации	16	6		4	6
3.	Система управления маркетингом в организации	18	4		6	8
4.	Информационная среда маркетинга в организации и особенности технологии ее формирования	14	4		4	6
5.	Принципы построения и инструментарий маркетинговых информационных систем в организации	16	4		4	8
6.	Технологии интернет-маркетинга	14	4		4	6
7.	Маркетинговая служба в структуре управления организацией	14	4		4	6
	ИТОГО по разделам дисциплины	108	30		30	48
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Цели, задачи, основные направления, этапы и виды маркетинговых исследований	Сущность, цели основные функции маркетинга и маркетингового исследования.	Э

2.	Маркетинговая информация: виды, источники, критерии выбора, методы сбора, обработки и анализа информации	Значение и источники информации в маркетинге. Задачи и содержание маркетинговой информации.	Э
3.	Система управления маркетингом в организации	Маркетинговая информационная система: современное состояние и подходы.	Э
4.	Информационная среда маркетинга в организации и особенности технологии ее формирования	Маркетинговые информационные системы: основные понятия, ИТ-инфраструктура, классификация.	КР
5.	Принципы построения и инструментарий маркетинговых информационных систем в организации	Потоки маркетинговой информации в организации. Общая характеристика системы управления маркетинговой информацией организации. Система сбалансированных показателей в управлении маркетингом	Э
6.	Технологии интернет-маркетинга	Сущность и комплекс интернет-маркетинга. Особенности маркетинговых коммуникаций в Интернете. Этапы разработки плана интернет-маркетинга. Выбор инструментов онлайн-продвижения бренда. Показатели и методы оценки эффективности интернет-маркетинга.	Э
7.	Маркетинговая служба в структуре управления организацией	Цели, функции и задачи маркетинга в управлении коммерческой деятельностью предприятия. Особенности и специфика маркетинговых задач.	КР

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика занятий / работ	Форма текущего контроля
1.	Цели, задачи, основные направления, этапы и виды маркетинговых исследований	Этапы и виды маркетингового исследования.	Опрос по вопросам темы (Э)
2.	Маркетинговая информация: виды, источники, критерии выбора, методы сбора, обработки и анализа информации	Обработка и анализ маркетинговой информации.	Опрос по вопросам темы. (Э)
3.	Система управления маркетингом в организации	Управление маркетингом на корпоративном уровне. Управление маркетингом на функциональном уровне. Управление маркетингом на инструментальном уровне.	Опрос по вопросам темы (Э)
4.	Информационная среда маркетинга в организации и особенности технологии ее формирования	Информационная инфраструктура маркетинговой системы.	Контрольная работа (КР)
5.	Принципы построения и инструментарий маркетинговых информационных систем в организации	Подготовка маркетинговой информации к компьютерной обработке в информационных системах.	Опрос по вопросам темы. (Э)

6.	Технологии интернет-маркетинга	Инструменты продвижения бренда в глобальной компьютерной Сети.	Опрос по вопросам темы. (Э)
7.	Маркетинговая служба в структуре управления организацией	Информационные задачи службы маркетинга в организации. Реализация маркетинговых мероприятий.	Контрольная работа (КР)

Выполнение контрольной работы (КР), написание эссе (Э) и т.д.

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовая работа по дисциплине не предусмотрена.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Эссе	Методические рекомендации по подготовке письменных работ студентами: учебно-методическое пособие / сост. В.В. Ермоленко, М.Р. Закарян, Д.В. Ланская, М.А. Мирошниченко, А.П. Савченко, Д.А. Деткина. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Краснодар: Кубанский государственный университет, 2022. - 101 с.
2	Эссе. Контрольная работа	Современный маркетинг: в 2 ч.: учебник и практикум для вузов. Ч. 2 / Маркетинг инноваций: учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Юрайт, 2022. - 256 с. - URL: https://urait.ru/bcode/491318 (дата обращения: 05.05.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-07859-6. - Текст : электронный.
3	Контрольная работа	Цифровой маркетинг: учебник / Д. А. Шевченко. - Москва: Директ-Медиа, 2022. - 185 с. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507 (дата обращения: 18.05.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-4499-3059-0. - Текст : электронный. Информационный маркетинг: практическое пособие / С. Н. Бердышев. - 4-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2021. - 215 с. - Библиогр.: с. 191-192. - ISBN 978-5-394-04004-7: 147 р. - Текст : непосредственный.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

Образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебной деятельности:

- лекции: интерактивные (диалоговые) и проблемные с компьютерными презентациями;
- практические (семинарские) занятия;
- лабораторные занятия.

Традиционные образовательные технологии: лекции, практические занятия, лабораторные работы.

Технология проблемного обучения: лекция – дискуссия, проблемная лекция, компьютерная презентация. На лекциях излагаются основные теоретические положения и концепция курса, дающие студентам информации, соответствующую программе.

Задача практических занятий – развитие у студентов навыков по применению теоретических положений к решению практических задач. С этой целью разработаны задания для выполнения практических работ. Они состоят из задач и упражнений, ориентированных на усвоение теоретического материала и умения его использовать для решения лабораторных (практических) заданий.

На каждом практическом занятии отводится время для дискуссии, в которой участвуют докладчик, подготовивший сообщение по какой – либо практической проблеме информационных систем и баз данных, его оппоненты (1 или 2 человека), подготовившие контраргументы, и другие студенты группы.

Другая форма организация работы студентов – написание реферата, которое представляет собой исследование объемом до 5000 знаков по проблемам внедрения элементов информационного маркетинга в управление организацией с предложением вариантов решения данной проблемы.

Для ответов на индивидуальные вопросы, а также для помощи в подготовке рефератов и написания эссе предусмотрены индивидуальные консультации преподавателя.

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

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Информационный маркетинг».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме контрольной работы по проблемным вопросам маркетинга, эссе и промежуточной аттестации в форме вопросов к экзамену.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
	ОПК-3.1. владеет знаниями в области гуманитарных,	Умеет использовать методы проведения исследований рынка	Вопросы для устного (письменного)	Вопрос на экзамене 1-6

1	социальных и экономических наук	информации	<i>опроса по теме, разделу. Выполнение заданий само-диагностики и самоанализа</i>	
2	ОПК-3.2. владеет методиками проведения экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ	Умеет использовать методики проведения экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ	<i>Вопросы для устного (письменного) опроса по теме, разделу. Анализ практических ситуаций</i>	<i>Вопрос на экзамене 7-10</i>
3	ОПК-3.3. способен осуществлять экспертные и аналитические, научно-исследовательских работы в области гуманитарных, социальных и экономических наук	Знает способы осуществления экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ в области экономических наук (информационного предпринимательства)	<i>Вопросы для устного (письменного) опроса по теме, разделу. Эссе</i>	<i>Вопрос на экзамене 11-17</i>
4	ОПК-3.4. может осуществлять интерпретацию полученных данных в области гуманитарных, социальных и экономических наук при осуществлении экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ	Умеет применять методы обработки данных о рынке информации и выявлять закономерности и проблемы	<i>Вопросы для устного (письменного) опроса по теме, разделу. Анализ практических ситуаций</i>	<i>Вопрос на экзамене 18-21</i>
5	ОПК-3.5. имеет навыки постановки проблем и разработку вариантов их решения	Умеет осуществлять выбор эффективных методов постановки проблем и их решения.	<i>Вопросы для устного (письменного) опроса по теме, разделу. Эссе</i>	<i>Вопрос на экзамене 22-23</i>
6	ОПК-4.1. – способен анализировать и сравнивать информационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности	Умеет анализировать и сравнивать информационные технологии, применяемые в маркетинговой профессиональной деятельности	<i>Анализ практических возможностей различных технологий по их характеристикам эссе</i>	<i>Вопрос на экзамене 23</i>
7	ОПК 4.2. – владеет методиками использования информационные технологии, применяемых в	Владеет методикой использования информационные технологии, применяемых в профессиональной деятельности	<i>Использование информационной технологии для анализа маркетинговой среды</i>	<i>Вопрос на экзамене 24</i>

	профессиональной деятельности			
8	ОПК 4.3. – способен организовать использование информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности	Умеет организовать использование информационных технологий в области маркетинга	<i>Решение практической задачи при анализе ситуации с использованием метода анализа MesoOT</i>	<i>Вопрос на экзамене 25</i>

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Примерный перечень вопросов и заданий

Контрольная работа 1

Вариант 1

1. Провести маркетинговое исследование строительного рынка Краснодарского края;
2. Провести маркетинговое исследование рынка частной медицины Краснодарского края;

Вариант 2

1. Провести маркетинговое исследование страхового рынка Краснодарского края;
2. Провести маркетинговое исследование рынка туристических услуг Краснодарского края.

Контрольная работа 2

Вариант 1

Проанализировать организационную структуру управления маркетингом в организации и ее эффективность (на примере конкретной организации).

Вариант 2

Проанализировать профессиональные требования, предъявляемые к специалистам, работающим в маркетинговом направлении (на примере конкретной организации).

Темы эссе

1. Анализ маркетинговой внутренней и внешней среды архива.
2. Разработка плана маркетинга коммерческой организации
3. Система маркетинговой информации: назначение, структура, использование.
4. Разработка программы маркетингового исследования для решения конкретной задачи организации.
5. Маркетинговые исследования рынка информации и информационных продуктов.
6. Методы полевых исследований в маркетинге (на примере конкретного информационного товара с составлением опросного листа).
7. Разработка комплекса маркетинга в рамках стратегии интегрированного роста.
8. Разработка комплекса маркетинга в рамках стратегии диверсифицированного роста.
9. Разработка бренда организации информационного предпринимательства и стратегии его продвижения.
10. Создание системы контроля реализации маркетинговых мероприятий в организации.
11. Сегментация информационного рынка и выбор целевых сегментов в рамках маркетинговой деятельности государственного архива.
12. Ценовая эластичность спроса на информационные продукты и ее значение в маркетинговых решениях.

13. Нормативно - правовое обеспечение информационного маркетинга.
14. Анализ внешних и внутренних потоков маркетинговой информации в организации.
15. Технологии интернет-маркетинга: определение, особенности, преимущества

Вопросы на экзамен по дисциплине «Информационный маркетинг»

1. Маркетинг как вид деятельности и функция государственного архива
2. Эволюция концепций маркетинга.
3. Становление информационного маркетинга
4. Принципы, методы и функции информационного маркетинга.
5. Потоки маркетинговой информации во внешней и во внутренней среде организации.
6. Сущность, виды и этапы маркетинговых исследований рынка информационных ресурсов.
7. Методы маркетинговых исследований рынка информации.
8. Ситуационный анализ рынка информации (методология анализа рыночной конъюнктуры, методология стратегического анализа в маркетинге).
9. Основные элементы комплекса маркетинга.
10. Многофакторные модели маркетинга (8 О)
11. Расширенные модели маркетинг-микса (люди, процесс, физическое окружение и др.).
12. Рынок информационно-коммуникационных технологий и его сегменты.
13. Характеристика рынка информационных услуг.
14. Этапы и создание информационного продукта и услуги. Жизненный цикл информационного продукта.
15. Анализ источников внутренней маркетинговой информации.
16. Внешние источники: официальная информация, СМИ, государственная и отраслевая статистика, государственные службы и органы, базы данных и т.д.).
17. Источники внутренней информации: анализ продаж, ABC-анализ, анализ поставщиков, анализ цен и затрат, ассортимента и др.).
18. Информационные задачи службы маркетинга в создании маркетинговых информационных систем.
19. Маркетинговые информационные системы: основные понятия, ИТ-инфраструктура, классификация.
20. Сущность и содержание процесса управления маркетинговой деятельностью в государственном архиве.
21. Технологии интернет-маркетинга: определение, особенности, преимущества.
22. Планирование маркетинговой деятельности в архиве.
23. Стратегический и тактический план маркетинга. Характеристика плана маркетинга (раздела маркетинга в бизнес – плане) архива.
24. Разработка бюджета маркетинга в фирме информационного предпринимательства.
25. Планы отдельных маркетинговых мероприятий (рекламы, продвижения, организации выставки и др.) в фирме информационного предпринимательства.
26. Порядок анализа и сравнения информационных технологий, применяемых в маркетинговой профессиональной деятельности.
27. Методика использования информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности в области маркетинга.
28. Организация использования информационных технологий в области маркетинга.

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания по экзамену
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

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 (модулю) 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.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

Печатные издания, включенные в РПД, отражены в электронном каталоге Научной библиотеки КубГУ по адресу: <http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/Web> и соответствуют нормам обеспеченности литературой согласно ФГОС ВО 3++.

В перечень включены только необходимые для изучения дисциплины ЭБС, профессиональные базы данных, информационные справочные системы, ресурсы свободного доступа, собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ.

5.1 Учебная литература

1. Цифровой маркетинг: учебник / Д. А. Шевченко. - Москва: Директ-Медиа, 2022. - 185 с. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (дата обращения: 18.05.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-4499-3059-0. - Текст: электронный.
2. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: учебное пособие / Рыжикова Т. Н. - Москва: ИНФРА-М, 2024. - 288 с. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2136707> (дата обращения: 15.05.2025). - Режим доступа для авториз. пользователей. - Текст: электронный.
3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Реброва Н. П. - Москва: Юрайт, 2022. - 186 с. - URL: <https://urait.ru/bcode/491324> (дата обращения: 16.05.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9916-9092-8. - Текст: электронный. Информационный маркетинг: практическое пособие / С. Н. Бердышев. - 4-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2021. - 215 с.
4. Информационный бизнес: учебник и практикум для вузов / В. И. Фомин. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва: Юрайт, 2020. - 243 с. - URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/454444>. - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-06654-8. - Текст: электронный.
5. Основы маркетинга = 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.
6. Инновационный маркетинг: 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-42E1-9E50-0CDE3679FB4B/innovacionnyy-marketing>.
7. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Юрайт, 2022. - 256 с. - URL: <https://urait.ru/bcode/491318> (дата обращения: 05.05.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-07859-6. - Текст: электронный.
8. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: учебное пособие / А. М. Пономарева. - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2022. - 247 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1852185> (дата обращения: 13.05.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-01531-5. - Текст: электронный.
9. Информационный консалтинг: теория и практика консультирования: учебник / А. М. Блюмин. - Москва: Дашков и К°, 2019. - 362 с.
10. Цифровизация и цифровые решения в управлении организацией: учебник / М. А. Мирошниченко; под редакцией В. В. Ермоленко; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет. - Краснодар: Кубанский государственный университет, 2023. - 222 с.: ил. - Библиогр.: с. 217-219. - ISBN 978-5-8209-2335-7: 59 р. 55 к. - Текст: непосредственный.
11. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. - Москва: Юрайт, 2023. - 436 с. - URL: <https://urait.ru/bcode/512882> (дата обращения: 23.05.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-03565-0. - Текст: электронный.
12. Цифровой маркетинг: учебник / Д. А. Шевченко. - Москва: Директ-Медиа, 2022. - 185 с. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (дата обращения: 18.05.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-4499-3059-0. - Текст: электронный.
13. Современный маркетинг: в 2 ч.: учебник и практикум для вузов. Ч. 2 / А. А. Овсянников. - Москва: Юрайт, 2022. - 219 с. - URL: <https://urait.ru/bcode/493323> (дата обращения: 01.05.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-05052-3. - Текст: электронный.

14. Маркетинг менеджмент = Marketing management / Филипп Котлер, Кевин Келлер, Александр Чернев; [перевел с английского Д. Строганов]. - 16-е изд. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2024. - 602 с.: ил. - (Классический зарубежный учебник). - ISBN 978-5-4461-2290-5. - ISBN 978-0-13-588715-8: 3140 p. - Текст: непосредственный.

15. Информационный маркетинг: практическое пособие / С. Н. Бердышев. - 4-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2021. - 215 с. - Библиогр.: с. 191-192. - ISBN 978-5-394-04004-7: 147 p. - Текст: непосредственный.

5.2. Периодическая литература

1. Научный журнал «Менеджмент в России и за рубежом». <https://www.mevriz.ru/>
2. Научный журнал «Маркетинг в России и за рубежом». <http://www.mavriz.ru/>
3. Научный журнал «Инновации». <https://maginnov.ru/>
4. Научный журнал «Российский журнал менеджмента». <https://rjm.spbu.ru/>
5. Научный журнал «Управление компанией». <https://www.cfin.ru/press/zhuk/>
6. Научный журнал «Проблемы теории и практики управления». <https://ptpmag.ru/>
7. Научный журнал «Естественно-гуманитарные исследования». <https://academiyadt.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронные информационные ресурсы

Электронная библиотека Научной библиотеки КубГУ
<http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/Web>

- Электронный каталог;
- Поступления литературы в библиотеки филиалов;
- Поступления диссертаций и авторефератов;
- Статьи из периодики и научных сборников с 2016 г.;
- Статьи из периодики и научных сборников до 2016 г.;
- Газеты и журналы;
- Электронная библиотека трудов ученых КубГУ.

Электронно-библиотечные системы (ЭБС)

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru/>
2. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com>
3. Образовательная платформа «Юрайт» <https://urait.ru/>
4. ЭБС «ZNANIUM» <https://znanium.ru/>
5. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
6. ЭБС ОИЦ «Академия» <https://academia-moscow.ru/elibrary/>

Профессиональные базы данных российские

1. Виртуальный читальный зал Российской государственной библиотеки (РГБ)
<https://ldiss.rsl.ru/>

2. Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>
3. Базы данных компании «ИВИС» <https://eivis.ru/>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
5. МИАН. Полнотекстовая коллекция математических журналов <http://www.mathnet.ru>
6. Журнал Квантовая электроника <https://quantum-electron.lebedev.ru/arhiv/>
7. Журнал Успехи физических наук <https://ufn.ru/>
8. Полнотекстовая коллекция журналов на платформе РЦНИ (Электронные версии научных журналов РАН)
<https://journals.rcsi.science/>
9. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
10. Электронная библиотечная система социо-гуманитарного знания «SOCHUM»
<https://sochum.ru/>

Информационные справочные системы

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Профессиональные базы данных зарубежные

1. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
2. Полнотекстовая коллекция книг eBook Collections издательства SAGE Publications <https://sk.sagepub.com/books/discipline>
3. Полнотекстовая коллекция книг EBSCO eBook <https://books.kubsu.ru/>
4. Ресурсы Springer Nature <https://link.springer.com/>, <https://www.nature.com/>
5. Chemical Abstracts Service (CAS) SciFinder Discovery Platform <https://scifinder-n.cas.org>
6. Questel. База данных Orbit Premium edition <https://www.orbit.com>
7. Полнотекстовые коллекции книг издательства American Institute of Physics Publishing (AIPP Ebook) <https://pubs.aip.org/books>
8. Полнотекстовая архивная коллекция журналов издательства American Institute of Physics Publishing (AIPP Digital Archive) <https://pubs.aip.org/>
9. China National Knowledge Infrastructure. БД CNKI Academic Reference (AR) <https://ar.oversea.cnki.net/>

Базы данных открытого доступа

1. КиберЛенинка <http://cyberleninka.ru/>;
2. Американская патентная база данных <https://www.uspto.gov/patents/search/patent-public-search>
3. Лекториум ТВ - видеолекции ведущих лекторов России <http://www.lektorium.tv/>

Базы данных КубГУ

1. Открытая среда модульного динамического обучения КубГУ <https://openedu.kubsu.ru/>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://infoneeds.kubsu.ru/>
3. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины предусматривает прослушивание лекций и проведение практических работ.

Для глубокого изучения дисциплины настоятельно рекомендуется:

- систематически готовиться к практическим занятиям по учебным пособиям, научным статьям в журналах, а также с использованием ресурсов Интернет;
- своевременно выполнять практические задания, готовить рефераты и эссе.

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, статистическими данными.

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:

- рефераты, связанные с рассмотрением проблем информационного управления организацией;
- рефераты, связанные с обзором информационных рынков;

– домашние задания по поиску в Интернете информации на заданную научную тему и подготовке доклада.

Реферат или эссе готовятся студентом самостоятельно, в них обобщаются теоретические материалы по исследуемой теме с использованием материалов из специальной литературы, нормативно-правовых документов, стандартизирующих рассматриваемую сферу. В содержании работ должен быть собственный анализ и критический подход к решению проблемы по выбранной теме исследования, подкрепленный статистическими данными и корпоративной отчетностью известных корпораций. Материалы должны быть изложены на высоком теоретическом уровне, с применением статических данных и 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.

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.

Контроль самостоятельной работы осуществляется:

- а) текущий контроль осуществляется еженедельно в соответствие с программой занятий;
- б) промежуточный контроль по итогам освоения разделов дисциплины осуществляется в форме экзамена.

На семинарских занятиях и при подготовке к ним (самостоятельная работа) применяются интерактивные образовательные технологии.

Методические рекомендации по написанию конспекта на лекционном занятии
Рекомендации студенту по написанию конспекта на лекционном занятии:

- необходимо полностью прослушать небольшой информационный блок из одного или нескольких предложений, которые рассказывает преподаватель в рамках темы;
- необходимо сократить его, оставив наиболее существенные элементы, не записывая вводные слова и избыточные пояснения;
- рекомендуется обязательно использовать перечень сокращений по данной дисциплине;
- необходимо отмечать в конспекте наиболее сложные для понимания моменты, на которые, в том числе, указывает и преподаватель;
- по окончании лекции рекомендуется задать уточняющие вопросы преподавателю и получить разъяснения по положениям пройденной лекции, которые вызывают непонимание или сомнения;
- с целью доработки текста необходимо в период пауз на лекции или после лекции восстановить текст в памяти, исправить ошибки, расшифровать не принятые ранее сокращения и заполнить пропущенные места
- окончании лекции рекомендуется выделить маркером определения ключевых терминов, названия теорий и подходов, элементы классификации и т.д.

Методические рекомендации по подготовке устного доклада

Реферат как вид самостоятельной работы в учебном процессе способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, развивает навыки критического осмысления получаемой информации.

При подготовке реферата по заданной теме студент составляет план, подбирает

основные источники. В процессе работы с источниками систематизирует полученные сведения, делает выводы и обобщения. К докладу по теме могут привлекаться несколько студентов, между которыми распределяются вопросы выступления.

Выбор темы.

Тематика доклада обычно определяется преподавателем, но в определении темы инициативу может проявить студент. Прежде чем выбрать тему, автору необходимо выявить свой интерес, определить, над какой проблемой он хотел бы работать, более глубоко ее изучить.

Этапы работы студента над рефератом:

- 1) формулирование темы, причем она должна быть не только актуальной по своему значению, но и оригинальной, интересной по содержанию;
- 2) подбор и изучение основных источников по теме (как правильно, при разработке используется не менее 3-5 различных источников);
- 3) составление списка использованных источников. Обработка и систематизация информации;
- 4) разработка плана реферата;
- 5) подготовка реферата и презентации;
- 6) публичное выступление;
- 7) ответ на вопросы слушателей и обсуждение дискуссионных положений.

Содержание реферата:

- 1) введение – это вступительная часть научно-исследовательской работы. Автор должен показать актуальность темы, раскрыть практическую значимость ее, определить цели и задачи эксперимента или его фрагмента;
- 2) основная часть – в ней раскрывается содержание. Как правило, основная часть состоит из теоретического и практического разделов. В теоретическом разделе раскрываются история и теория исследуемой проблемы, дается критический анализ литературы и показываются позиции исследователей. В практическом разделе излагаются методы, ход, и результаты самостоятельно проведенного исследования (если оно предполагается). В основной части могут быть также представлены схемы, диаграммы, таблицы, рисунки, которые на публичном выступлении могут быть представлены в качестве иллюстрационного материала;
- 3) заключение – содержит итоги работы, выводы, к которым пришел автор, и рекомендации. Заключение должно быть кратким, обязательным и соответствовать поставленным задачам;
- 4) обзор использованных источников.

Примерная процедура публичного представления доклада:

- выступление докладчика (докладчиков);
- слушатели и преподаватель задают уточняющие вопросы на понимание;
- докладчик (докладчики) отвечают на вопросы;
- слушатели задают дискуссионные вопросы и высказывают оценочные суждения;
- докладчик (докладчики) отвечают на вопросы;
- преподаватель подводит итоги и высказывает оценочные суждения о докладе.

По усмотрению преподавателя доклады могут быть представлены на семинарах, научно-практических конференциях, а также использоваться как формы текущего контроля по пройденным темам.

Примерные критерии оценки реферата:

- актуальность темы исследования;
- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала; соблюдение требований к оформлению; умение делать выводы.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» – выполнены все требования к написанию и защите реферата:

обозначена проблема и обоснована ее актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования

к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Текущий контроль осуществляется еженедельно в соответствии с расписанием занятий на семинарском занятии; промежуточный контроль по итогам изучения дисциплины осуществляется в форме оценки устных или письменных ответов на экзамене и письменных или устных ответов по вопросам.

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.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания ответов в процессе устного или письменного опроса:

Критерии оценки:

«удовлетворительно»/ «зачтено» - студент имеет фрагментарные представления о содержании заявленной темы проблемного семинара, частично освоил понятийно-категориальный аппарат;

«хорошо»/ «зачтено» - студент демонстрирует общие знания по заявленной теме проблемного семинара, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами;

«отлично»/ «зачтено» - студент демонстрирует системные знания по заявленной теме проблемного семинара, умеет устанавливать связи между теоретическими понятиями и эмпирическими фактами, формулирует аналитические обобщения и выводы.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания участия в дискуссии:

Основной акцент при проведении дискуссии на семинарском занятии делается на поиске нового актуального материала к семинару и активности его обсуждения в ходе дискуссии. Дискуссия на семинаре практикуется в случае, когда необходимо познакомить студентов с проблемой, имеющей неоднозначное освещение в науке и практике. При этом важно, чтобы источники информации, которыми пользуются студенты, были разнообразными, представляли разные точки зрения на проблему. При проведении дискуссии в такой форме преподаватель направляет дискуссию, задает вопросы, оживляющие её ход, и направляет в глубокое русло.

Критерии оценки:

«отлично» / «зачтено» - студент активно участвует в дискуссии, логично и последовательно выражает свой ответ, демонстрирует знания, которые соответствуют объему их раскрытия; правильно использует научную терминологию в контексте ответа; демонстрирует умения объяснять причинно-следственные и функциональные связи на примерах; формулировать собственные суждения и аргументы.

«хорошо» / «зачтено» - студент допускает малозначительные ошибки, или недостаточно, полно раскрыл содержание вопроса, а затем не смог в процессе беседы самостоятельно дать

необходимые поправки и дополнения.

«удовлетворительно» / «зачтено» - в ответе допущены значительные ошибки, или в нем не раскрыты некоторые существенные аспекты содержания, или студент не смог показать необходимые умения.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания тестирования знаний:

Критерии оценки:

«отлично»/ «зачтено» - дано не менее 90% правильных ответов;

«хорошо»/ «зачтено» - дано не менее 75% правильных ответов;

«удовлетворительно» / «зачтено» - дано не менее 60% правильных ответов.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания индивидуального письменного задания:

Критерии оценки:

«отлично» / «зачтено» выставляется студенту, если студент обнаружил всестороннее систематическое знание предложенных преподавателем для анализа научных текстов, письменно сформулировал ответы на поставленные вопросы, работу сдал в срок.

«хорошо» / «зачтено» выставляется студенту, если студент правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, однако при ответе на отдельные вопросы допускает некоторые неточности.

«удовлетворительно» / «зачтено» выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки в письменном ответе.

«неудовлетворительно» / «незачтено» выставляется студенту, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

Методические рекомендации, определяющие процедуру оценивания презентации:

Критерии оценки:

«отлично»/ «зачтено» - презентация адекватно отражает содержание и структуру сформулированного задания; студент творчески подошел к визуализации материала; в публичной защите отражены аналитические обобщения и выводы;

«хорошо»/ «зачтено» - презентация частично соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и структуре задания; в публичной защите отражены фрагментарные аналитические обобщения и выводы;

«удовлетворительно» / «зачтено» - презентация частично соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и структуре задания; отсутствуют аналитические обобщения и выводы.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

По всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины используются аудитории, кабинеты и лаборатории, оснащенные необходимым специализированным и лабораторным оборудованием.

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	Microsoft Office: Word; Excel; PowerPoint.
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер Оборудование:	Microsoft Office: Word; Excel; PowerPoint.

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Office: Word; Excel; PowerPoint.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд. 417А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Office: Word; Excel; PowerPoint.