

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Светлана Игоревна

Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 01.02.2021 09:41:42

Уникальный программный ключ:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт менеджмента**

**Кафедра**      Маркетинга, логистики и рекламы

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 29 апреля 2020 г. )

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**Наименование дисциплины**      Б1.В.ДВ.03.01 Информационный маркетинг

**Основная профессиональная образовательная программа**      Направление 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ программа "Маркетинг"

Методический отдел УМУ

«23» 03 2020 г.

Ашмарина / Светлана Игоревна

Научная библиотека СГЭУ

«23» 03 2020 г.

Ашмарина / Светлана Игоревна

Рассмотрено к утверждению

на заседании кафедры Маркетинга, логистики и  
рекламы

(протокол № 7 от 28.02.2020г.)

Зав. кафедрой Ашмарина /Л.А. Сосунова/

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

## Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Информационный маркетинг входит в вариативную часть (дисциплина по выбору) блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Деловые коммуникации, Коммерческий механизм систем товародвижения, Корпоративные информационные системы, Маркетинг закупок, Маркетинг, Бухгалтерский учет

Последующие дисциплины по связям компетенций: Маркетинг услуг в здравоохранении, Коммерция услуг, Инновационный маркетинг, Паблик-релейшенз, Территориальный маркетинг

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Информационный маркетинг в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-8 - владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-8	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ПК8з1: правила составления, оформления и оперативного хранения управленческих документов	ПК8у1: организовывать документооборот на предприятии (в организации); систематизировать входящую, исходящую и внутреннюю документацию предприятия (организации); группировать в дела отдельные категории документов с учетом сроков их хранения	ПК8в1: навыками создания документов, содержащих цели предприятия (организации); создания документов, содержащих данные для разработки и реализации стратегии предприятия (организации); создания документов с использованием стандартных программных продуктов; использования номенклатуры дел в документообороте на предприятии (организации); архивного хранения документов предприятия (организации); группировки документов по номенклатуре
	ПК8з2: правила составления и оформления служебной документации, соответствующие нормативы и стандарты при внедрении технологических,	ПК8у2: применять методы и программные средства обработки деловой информации; использовать современные методы организации планирования	ПК8в2: навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем

	продуктовых инноваций или организационных изменений	операционной (производственной) деятельности	
--	---	--	--

ПК-11 - владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
ПК-11	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
	ПК11з1: возможности и границы применения программного обеспечения анализа и качественного моделирования систем управления	ПК11у1: проводить анализ информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации и ведении баз данных	ПК11в1: методами применения средств программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления, навыками их оценки их эффективности
	ПК11з2: принципы формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	ПК11у2: выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей; работать с нормативно-правовой документацией; ориентироваться в системе источников, регулирующих отношения, складывающиеся в сфере осуществления деятельности организации, формировать информационный банк данных	ПК11в2: навыками построения моделей информационных систем, соответствующих современному состоянию информационных технологий и потребностями участников организационных проектов

### 3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

#### Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 6
Контактная работа, в том числе:	56.4/1.57
Занятия лекционного типа	18/0.5
Занятия семинарского типа	36/1
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.4/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа, в том числе:	43.6/1.21
Промежуточная аттестация	8/0.22
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

**заочная форма**

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 7
Контактная работа, в том числе:	14.4/0.4
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.4/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа, в том числе:	86.6/2.41
Промежуточная аттестация	7/0.19
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

**4. Содержание дисциплины**

**4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:**

Тематический план дисциплины Информационный маркетинг представлен в таблице.

**Разделы, темы дисциплины и виды занятий**

**Очная форма обучения**

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе	
		Лекции	Занятия семинарского типа		ИКР			ГКР
			Практич. занятия					
1.	Теория информационного маркетинга	6	10			20,6	ПК8з1, ПК8з2, ПК8у1, ПК8у2, ПК8в1, ПК8в2, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11у2, ПК11в1, ПК11в2	
2.	Технологии информационного маркетинга	12	26			23,0	ПК8з1, ПК8з2, ПК8у1, ПК8у2, ПК8в1, ПК8в2, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11у2, ПК11в1, ПК11в2	
	Контроль	8						
	<b>Итого</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>0.4</b>	<b>2</b>	<b>43.6</b>		

**заочная форма**

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по	
		Лекции	Занятия семинарского типа		ИКР			ГКР
			Практич. занятия					

							образовательной программе
1.	Теория информационного маркетинга	2	2			40	ПК8з1, ПК8з2, ПК8у1, ПК8у2, ПК8в1, ПК8в2, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11у2, ПК11в1, ПК11в2
2.	Технологии информационного маркетинга	2	6			46,6	ПК8з1, ПК8з2, ПК8у1, ПК8у2, ПК8в1, ПК8в2, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11у2, ПК11в1, ПК11в2
	Контроль	7					
	<b>Итого</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>0.4</b>	<b>2</b>	<b>86.6</b>	

## 4.2 Содержание разделов и тем

### 4.2.1 Контактная работа

#### Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Теория информационного маркетинга	лекция	Основные понятия, цели и задачи информационного маркетинга
		лекция	Современные способы управления информационным обеспечением маркетинга
		лекция	Маркетинговая информационная система
2.	Технологии информационного маркетинга	лекция	Работа со справочной и оперативной маркетинговой информацией в программных продуктах 1С
		лекция	Работа с аналитической информацией в программных продуктах 1С
		лекция	Работа с маркетинговой информацией в Интернете

\*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

#### Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Теория информационного маркетинга	практическое занятие	Основные понятия, цели и задачи информационного маркетинга
		практическое занятие	Современные способы управления информационным обеспечением маркетинга
		практическое занятие	Маркетинговая информационная система
2.	Технологии информационного маркетинга	практическое занятие	Работа со справочной и оперативной маркетинговой информацией в программных продуктах 1С

		практическое занятие	Работа с аналитической информацией в программных продуктах 1С
		практическое занятие	Работа с маркетинговой информацией в Интернете

\*\* семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

### Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

### 4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Теория информационного маркетинга	- подготовка доклада - тестирование
2.	Технологии информационного маркетинга	- подготовка доклада - тестирование

\*\*\* самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

## 5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Литература:

#### Основная литература

1. Польшкая, Г. А. Информационные системы маркетинга : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. А. Польшкая. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02686-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432973>

#### Дополнительная литература

1. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для академического бакалавриата / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 444 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433178>

2. Мантуленко В. В. Информационный менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. С. Зотова. - Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2015. - 52 с. - ISBN 978-5-94622-577-9. <http://lib1.sseu.ru/MegaPro/Web>

#### Литература для самостоятельного изучения

1. Балдин К.В, Уткин В.Б. Информационные системы в экономике. ИТК «Дашков и К» . 2012. - 395с. ISBN 978-5-394-01449-9. Электронный ресурс. <http://ibooks.ru/reading.php?productid=24780>

### 5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

#### Обязательное программное обеспечение

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business

2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint) -

### 5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

### 5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

### 5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

Для проведения занятий лекционного типа используются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия в виде презентационных материалов, обеспечивающих тематические иллюстрации.



## 5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

Лаборатория информационных технологий в профессиональной деятельности	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ Лабораторное оборудование
---	--

## 6. Фонд оценочных средств по дисциплине Информационный маркетинг:

### 6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком «+»
Текущий контроль	Оценка рефератов, докладов	+
	Устный/письменный опрос	-
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	+
Промежуточный контроль	Экзамен	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГБОУ ВО СГЭУ №10 от 29.04.2020г.

### 6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

#### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-8 - владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ПК8з1: правила составления, оформления и оперативного хранения управленческих документов	ПК8у1: организовывать документооборот на предприятии (в организации); систематизировать входящую, исходящую и внутреннюю документацию предприятия (организации); группировать в дела отдельные категории документов с учетом сроков их хранения	ПК8в1: навыками создания документов, содержащих цели предприятия (организации); создания документов, содержащих данные для разработки и реализации стратегии предприятия (организации); создания документов с использованием стандартных программных продуктов; использования номенклатуры дел в документообороте на

			предприятия (организации); архивного хранения документов предприятия (организации); группировки документов по номенклатуре
Повышенный	ПК8з2: правила составления и оформления служебной документации, соответствующие нормативы и стандарты при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	ПК8у2: применять методы и программные средства обработки деловой информации; использовать современные методы организации планирования операционной (производственной) деятельности	ПК8в2: навыками и приемами взаимодействия со службами информационных технологий, использования корпоративных информационных систем

ПК-11 - владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
Пороговый	ПК11з1: возможности и границы применения программного обеспечения анализа и качественного моделирования систем управления	ПК11у1: проводить анализ информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации и ведении баз данных	ПК11в1: методами применения средств программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления, навыками их оценки их эффективности
Повышенный	ПК11з2: принципы формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	ПК11у2: выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей; работать с нормативно-правовой документацией; ориентироваться в системе источников, регулирующих отношения, складывающиеся в сфере осуществления деятельности организации, формировать информационный банк данных	ПК11в2: навыками построения моделей информационных систем, соответствующих современному состоянию информационных технологий и потребностями участников организационных проектов

### 6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный

		<b>в соотношении с результатами обучения по программе</b>		
1.	Теория информационного маркетинга	ПК8з1, ПК8з2, ПК8у1, ПК8у2, ПК8в1, ПК8в2, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11у2, ПК11в1, ПК11в2	Оценка рефератов, докладов Тестирование Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	Экзамен
2.	Технологии информационного маркетинга	ПК8з1, ПК8з2, ПК8у1, ПК8у2, ПК8в1, ПК8в2, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11у2, ПК11в1, ПК11в2	Оценка рефератов, докладов Тестирование Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	Экзамен

#### 6.4.Оценочные материалы для текущего контроля

##### Примерная тематика докладов/рефератов

<b>Раздел дисциплины</b>	<b>Темы</b>
Теория информационного маркетинга	Понятие информации и информационного ресурса Электронные информационные ресурсы в маркетинге Качество информации и факторы, его определяющие Маркетинг и информационное общество: развитие теории и концепций Искусственный интеллект в маркетинге КИС и ее маркетинговые функции Различные подходы к понятию маркетинговой информационной системы Изменение комплекса маркетинга в цифровой экономике Развитие возможностей интернет-маркетинга для бизнеса
Технологии информационного маркетинга	Обзор современных информационных технологий в рекламе Облачные вычисления в маркетинге Виртуальные технологии в маркетинге: плюсы и минусы Современные инструменты работы с информацией CRM. Перспективы развития Обзор программных продуктов автоматизации маркетинга

##### Вопросы для устного/письменного опроса

<b>Раздел дисциплины</b>	<b>Вопросы</b>

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций размещены в ЭИОС СГЭУ, <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

Характеристики маркетинговой информации  
-адресность

- наглядность представления
- прагматичность
- возможность быстрой передачи

Отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, банках данных, других информационных системах).

- информационный актив
- информационный ресурс
- информационная система

Чье высказывание: «Именно запасы знаний и потоки информации направляют выбор»?

- Фриц Махлуп
- Стив Джобс
- К.Маркс

Отображает формально-структурные характеристики информации и не затрагивает ее смыслового содержания

- синтаксическая адекватность
- семантическая адекватность
- прагматическая адекватность

МИС должна соответствовать различным международным, государственным, промышленным и прочим стандартам. Данный принцип относится к принципу:

- открытости
- ориентированности
- точности

Затраты на внедрение МИС включают:

- затраты на приобретение дополнительной техники, затраты на работу сторонних консультантов по запуску системы
- затраты на разработку новых форм отчетности, создание новых рабочих мест, затраты на поддержку работоспособности оборудования, операционных систем, сервера
- затраты на реинжиниринг бизнес-процессов, частичная или полная модернизация системы

Системы управления взаимоотношениями с потребителями – это системы класса

- CRM
- ERP
- MRP

CRM (Customer Relationships Management) – это

- системы управления взаимоотношениями с клиентами, в центре внимания которых находится клиент компании
- планирование производственных ресурсов
- планирование потребности в материалах, связанной с оптимальным распределением по времени закупок материалов и комплектующих

Что может быть формой экономической реализации (обмена, присвоения, использования, потребления) информации?

- информационная услуга, информационный продукт
- слово
- буква

В зависимости от индикации информационные потоки делятся на:

- цифровые, символические, алфавитные, звуковые
- закупочные, транспортные, складские, распределительные, сервисные
- регулярные, оперативные, периодические

По назначению информации потоки делятся на:

- директивные, организационные, нормативно-справочные, научные
- закупочные, транспортные, складские, распределительные, сервисные
- регулярные, оперативные, периодические

Цифровые активы в отличие от физических используются, но не расходуются – это:

- закон цифровых активов
- предположение цифровой экономики
- свойство информационного потока

Правильно ли утверждение: Производство информационного продукта связано с высокими постоянными затратами, но с низкими предельными издержками

- да
- нет

Документ согласительного плана между клиентом и исполнителем, в которой закрепляются важные параметры и данные разрабатываемого продукта или услуги

- бриф
- накладная

Графоаналитический метод исследования информационных потоков основан на

- построении информационного графа и анализа его матрицы смежности
- описании потоков информации в виде графической схемы в системе координат
- построении схемы документооборота предприятия

Используются для автоматизации всех функций фирмы и охватывают весь цикл работ от проектирования до сбыта продукции:

- корпоративные системы
- универсальные системы
- специализированные системы

Источниками внешней информации для маркетинговой информационной системы являются:

- результаты полевых маркетинговых исследований
- опросы
- наблюдения
- прайс-листы компании

Совокупность интегрированных средств технического и программно-аппаратного характера, а также информации, предназначенной для публикации во Всемирной паутине

- интернет-ресурс
- программный продукт
- информационная система

Цель создания маркетинговой информационной системы

- используя внешние и внутренние источники информации, выявляет взаимосвязь компании с рынком и обеспечивая своевременной и достоверной информацией, служит развитию компании
- используя системный подход управления, добиваться достижения целей функционирования компании

Этапы развития CRM

- Операционный
- Аналитический
- Коллаборационный
- Эмоциональный

**Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)**

Раздел дисциплины	Задачи

**Тематика контрольных работ**

Раздел дисциплины	Темы
Теория информационного маркетинга	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Информация как экономический ресурс.</li> <li>2. Качество информации и его влияние как принятие управленческих решений.</li> <li>3. Современные способы управления информационным обеспечением маркетинга.</li> <li>4. Современные концепции маркетинга в информационной экономике</li> <li>5. Информационная система маркетинга</li> <li>6. Виртуальные технологии управления фирмой.</li> <li>7. Различные подходы к понятию маркетинговой информационной системы</li> <li>8. Изменение комплекса маркетинга в цифровой экономике</li> <li>9. Развитие возможностей интернет-маркетинга для бизнеса</li> <li>10. Инфраструктура МИС</li> </ol>
Технологии информационного маркетинга	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Работа со справочной и оперативной маркетинговой информацией в программном продукте компании 1С.</li> <li>2. Работа с аналитической информацией в программном продукте компании 1С.</li> <li>3. Операционный маркетинг в 1С</li> <li>4. Создание отчетов по маркетингу.</li> <li>5. Работа с CRM-модулем программы.</li> <li>6. Работа с маркетинговой информацией в Интернете.</li> <li>7. Информационный маркетинг в Интернете.</li> <li>8. Электронные информационные ресурсы.</li> <li>9. Роль интернет-маркетинга.</li> <li>10. Развитие электронных каналов сбыта</li> </ol>

**6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации**

**Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме экзамена**

Раздел дисциплины	Вопросы
Теория информационного маркетинга	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие информационного маркетинга.</li> <li>2. Информация как экономический ресурс.</li> <li>3. Понятие и виды информации в маркетинге</li> <li>4. Характеристики информации. Параметры оценки информации для принятия управленческого решения в маркетинге</li> <li>5. Качество информации и его влияние как принятие управленческих решений.</li> <li>6. Современные способы управления информационным обеспечением маркетинга.</li> <li>7. Информационная система маркетинга, описание ее подсистем</li> <li>8. Пользователи информационной маркетинговой системы.</li> <li>9. Работа с маркетинговой информацией в Интернете.</li> <li>10. Информационный маркетинг в Интернете.</li> <li>11. Электронные информационные ресурсы.</li> </ol>

	12. Современные тенденции развития информационных технологий в маркетинге (с примерами)
Технологии информационного маркетинга	13. Работа со справочной и оперативной маркетинговой информацией в программном продукте компании 1С. 14. Создание информационной базы коммерческого предприятия. 15. Настройка параметров учета. 16. Создание необходимых справочников. 17. Работа с документами: создание, статусы документов, цепочки документов. 18. Работа с аналитической информацией в программном продукте компании 1С. 19. Создание отчетов. 20. Отчет по продажам, отчет по закупкам. 21. работа с CRM-модулем программы. 22. Отчет о результатах работы компании за период. 23. Виртуальные представительства компаний.

#### 6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

##### Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 4-х балльной системы
«отлично»	ПК8з1, ПК8з2, ПК8у1, ПК8у2, ПК8в1, ПК8в2, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11у2, ПК11в1, ПК11в2
«хорошо»	ПК8з1, ПК8з2, ПК8у1, ПК8в1, ПК11з1, ПК11з2, ПК11у1, ПК11в1
«удовлетворительно»	ПК8з1, ПК8у1, ПК8в1, ПК11з1, ПК11у1, ПК11в1
«неудовлетворительно»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне