Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования

«Дагестанский гуманитарный институт»

Адрес: 367000, Республика Дагестан, г. Махачкала, ул. Дахадаева, 136; ОГРН 1180571012203; ИНН 0572020227 / КПП 057201001, тел. +7 (8722) 94-00-60, e-mail: mail@daggum.ru, контактное лицо: Магомедова З. Р.

Подписан: ОАНО ВО "ДГИ"
ОАНО ВО "ДАГЕСТАНСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ"
Дата: 2022-03-21 16:49:52

Утверждаю
Проректор по учебной работе

_____ А.Н. Халунов

«24» февраля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.12.02 Информатизация маркетинговой деятельности

Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика

Профиль подготовки бакалавра Электронный бизнес

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Формы обучения: очная; заочная

Сроки обучения: очно – 4 г.; заочно – 5 лет.

Формы обучения	Виды учебной работы и их трудоемкость					
	Всего	Лекции	Практические занятия	Промежуточный контроль	Самостоятельная работа	Форма аттестации
Очная	72	14	18		40	Зачет с оценкой
Заочная	72	4	6	4	58	Зачет с оценкой

Махачкала, 2022

Гусейнов Б.М. Рабочая программа дисциплины **Б1.В.ДВ.12.02 Информатизация маркетинговой деятельности**
Махачкала: ДГИ, 2022. – 36 с.

Рецензенты: Везиров Т.Г., д.п.н., профессор кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность». ДГУНХ

Сурхаев М. А., д.п.н., доцент, профессор кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» ДГПУ

Программа рассмотрена и одобрена на заседаниях:
кафедры Экономики и информационных технологий
(протокол № 7 от « 22 » 02 20 22 г.)
Зав. кафедрой Гаджиев Г.Г., к.э.н., доцент 22.02.2022

учебно-методического совета ДГИ
(протокол № 3 от « 22 » 02 20 22 г.) (Рег. № БИ-22-79)

Председатель совета Халунов А. Н., к.ф.н., доцент 22.02.2022

© ДГИ, Махачкала, 2022 г.
© Гусейнов Б.М., Махачкала, 2022 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ 4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ..... 4
3. ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ И ТРУДОЕМКОСТЬ ИХ ИЗУЧЕНИЯ 5
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ..... 5
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ПРОГРАММЫ 5
6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА 11
7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ..... 13
8. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ 14
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИН 15
10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 15
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЕМЫМ 15
12. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 17
13. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ 21
14. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)..... 21
15. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 29
16. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ 33

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины –является теоретическое освоение обучающимися основных разделов Управления IT-сервисами и контентом, необходимых для понимания роли дисциплины в профессиональной деятельности; формирования культуры мышления, способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения; знакомство с современными IT-услугами, цифровым контентом и системами управления контентом; освоение основных моментов управления IT-инфраструктурой, приложениями и IT -запросами.

Задачи:

- получить представление о роли дисциплины в профессиональной деятельности;
- знать виды контента (как информационных ресурсов предприятия, так и Интернет-ресурсов), процессы управления жизненным циклом цифрового контента, процессы создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов);
- уметь управлять процессами жизненного цикла контента предприятия и Интернет-ресурсов, управлять процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов);
- владеть методами управления процессами жизненного цикла контента предприятия и Интернет-ресурсов; методами управления процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов); методами проектирования, разработки и реализации технического решения в области создания систем управления контентом Интернет-ресурсов и систем управления контентом предприятия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.12.02 Информатизация маркетинговой деятельности В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к базовой вариативной части профессионального цикла учебного плана. Для успешного освоения дисциплины студент должен иметь базовую подготовку по дисциплинам «Информатика», «Теоретические основы информатики», «Вычислительные системы, сети, телекоммуникации», «Базы данных», «Информационные технологии», «Электронный бизнес» и др.

Дисциплина «Информационные системы в клиент-ориентированном маркетинге» является предшествую при изучении специальных дисциплин и производственной практики. Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин как «Бизнес-планирование», «Оценка бизнеса», «Организация предпринимательской деятельности», «Комплексный анализ хозяйственной деятельности», «Бухгалтерский финансовый учет», «Бухгалтерская финансовая отчетность».

Таблица 1

3. ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ И ТРУДОЕМКОСТЬ ИХ ИЗУЧЕНИЯ

Виды учебной работы	Трудоемкость	
	Очно	**Заочно**
Общая трудоемкость (час)	72	72
Трудоемкость (з.е.)	2	2
Контактная работа (всего)	32	10
Из них:		
лекции	14	4
практические занятия	18	6
Промежуточный контроль (экзамен)		4
Самостоятельная работа	40	58
Итого	**72**	**72**

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения УК
ОПК-2 Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом;	ОПК-2.1 Знает основные методы маркетинговых исследования ИКТ-рынка ОПК-2.2 Может описывать целевые сегменты ИКТ-рынка с целью принятия решений по управлению бизнесом ОПК-2.3 Способен проводить исследование и анализ ИКТ-рынка, работать с его целевыми сегментами

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ПРОГРАММЫ

Таблица 2

№	Раздел программы	Содержание
Модуль 1. Типология электронных предприятий		
1.1.	Введение	Основные цели и задачи создания электронных предприятий и компонент электронного бизнеса несетевых предприятий. Тенденции и динамика роста и развития предпринимательства в среде Интернет. Проблемы и направления исследований в области поиска новых методов управления электронными предприятиями и расширения сферы их деятельности. Инновации в электронном предпринимательстве. Цели и задачи курса. Программа обучения и состав практических и самостоятельных работ.
1.2.	Типология электронных предприятий	Интернет-коммерция (i-Commerce), телевизионная коммерция (t-Commerce), (Мобильная коммерция) m-Commerce.

		Типы электронных предприятий по моделям взаимоотношений между субъектами и объектами предпринимательской деяфтельности. B2B (Business-to-Business, бизнес-бизнес или бизнес-партнёр). B2C (Business-to-Consumer, бизнес-потребитель). B2A (Business-to-Administration, бизнес-администрация), C2A (Consumer-to-Administration, потребитель-администрация), C2C (Consumer-to-Consumer, потребитель-потребитель.
1.3.	Создание и функционирование электронного предприятия	Формирование концепции предприятия. Основные процессы электронных предприятий. Анализ и моделирование бизнес-процессов несетевого предприятия, осуществляющего аналогичную деятельность. Анализ возможности реализации бизнес-процессов в электронной среде. Фронт-офис и бэк-офис электронного предприятия. Персонал электронного предприятии. Этапы создания электронного предприятия.
1.4.	Управление электронным предприятиям	Планирование предпринимательской деятельности. Управление финансами предприятия. Особенности финансового менеджмента в электронных предприятиях. Основные подходы к оценке стоимости электронных предприятий. Управление маркетинговой деятельностью электронного предприятия. Особенности Интернет-маркетинга. Бизнес-планирование в Интернет-комапнии. Основные компоненты управления электронным предприятием. Произвдство. Снабжение и сбыт. Управление запасами. Техобслуживание оборудования. Послепродажное обслуживание произведенной продукции. Кадры. Научные исследования и конструкторские разработки. Финансы. Маркетинг-менеджмент в системе управления электронным предприятием. Маркетинговые и рекламные стратегии на глобальном электронном рынке. Методы формирования потребительской аудитории. Важность измерения потребительской аудитории на глобальном рынке. Анализ поставщиков и партнеров. Используемые оценки потребительской аудитории. Жизненный цикл потребителя. Методы сбора статистических данных о потребительской аудитории Методы и инструментальные средства измерения потребительской аудитории. Сегментация потребительской аудитории.
1.5.	Моделирование деятельности электронного предприятия	Цели и задачи моделирования деятельности предприятия. Управленческие задачи, решаемые с использованием моделирования. Технологии компьютерного

		моделирования. Имитационное моделирование. Моделирование системной динамики. Комплексное моделирование деятельности предприятия. Ситуационное управление электронным предприятием на основе технологий компьютерного моделирования.
Модуль 2. Автоматизация управления электронным предприятием		
2.1.	Автоматизация управления электронным предприятием	Системы автоматизации управления ресурсами предприятия в управлении электронными предприятиями: MRP, MRPII, ERP, CSRP, ECM. Торгово-закупочные B2B системы. Автоматизация основных процессов электронной торговли в секторе B2B.
2.2.	Оплата и доставка товаров в электронной среде	Электронные системы взаиморасчетов. Пластиковые карты. Виды систем, основанных на пластиковых картах. Смарт-карты. Системы управления счетом. Электронные наличные. Интернет-банкинг. Электронные деньги. Доставка товаров. Доставка информационного товара. Курьерская доставка. Сдача-приемка товаров. Доставка почтой. Организация собственной службы доставки.
2.3.	Взаимодействием с потребителем продуктов и услуг электронного предприятия CRM-система электронного предприятия.	Система сбыта электронного предприятия. Бизнес-процессы электронного предприятия, поддерживающие сбыт товаров и услуг. Процесс работы с клиентами предприятия. Методы и модели взаимодействия персонала предприятия с потребителем CRM-системы. Виды CRM-систем. Обзор существующих продуктов для создания CRM-систем электронных предприятий. Основные функции CRM-систем: управление контактами; организация рабочих групп и распределение ролей для работы с клиентами; планирование маркетинговых мероприятий и кампаний; поддержка презентаций и подготовка брошюр и коммерческих предложений; поддержка каталогов продукции; подбор конфигурации товаров и сложных заказов; поддержка встречных продаж; управление прохождением заявки и согласованием условий сделки; маркетинговые энциклопедии; оформление договоров, счетов, ведомостей, накладных; исполнение обязательств обеими сторонами; анализ результативности маркетинга; статистика и прогноз; генерация послепродажной активности; расчет вознаграждений сотрудников по результатам продаж; репликация и синхронизация с базами данных и системами управления складированием и доставкой; интеграция с ERP-системой предприятия.
2.4.	Управление персоналом электронного предприятия	*Общие положения управления персоналом*. Основные понятия и категории. Функции и содержание управления персоналом. Термины и понятия. *Теоретические основы управления персоналом.* Концепция построения системы управления персоналом. Содержание политики управления персоналом. Схема управления персоналом.

		Трудовой коллектив как объект управления. Понятие и разновидности трудового коллектива. Стадии и уровни развития производственного коллектива. Пути ускорения формирования коллектива. Конфликты в трудовых коллективах. Трудовые ресурсы в электронном бизнесе. Структура персонала электронного предприятия. Трудовые коллективы виртуальных предприятий и организаций. Правовые основы трудовых отношений в электронном бизнесе. Система оценки персонала предприятия. Компетенции и цели компании. Трейдинг и должностной анализ в системе управления персоналом. Кадровая политика предприятия. Организационная структура службы управления персоналом электронного предприятия. *Процесс управления персоналом электронного предприятия* Основные элементы системы управления персоналом. Мотивация и стимулирование персонала в процессе трудовой деятельности. Кадровое делопроизводство. Поиск и отбор персонала для электронного предприятия. Кадровые и рекрутинговые агентства в Интернет. Технологии управления персоналом электронного предприятия.
2.5.	Заключение	Перспективы развития электронных предприятий в России. Новые разработки в области создания технологической инфраструктуры электронных предприятий. Обзор научных исследований в области электронного бизнеса

Таблица 3

5.1. Тематический план изучения дисциплины

№	Раздел программы	Виды учебной работы и их трудоемкость								Формируемые компетенции
		Лекции		Практические занятия		Промежуточный контроль		Самостоятельная работа		
		ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	
Модуль 1. Типология электронных предприятий										
1.1	Введение	2	2	2				4	6	ОПК-2
1.2	Типология электронных предприятий	2		2	2			4	6	ОПК-2, ОПК-6
1.3	Создание и функционирование электронного предприятия			2	2			6	6	ОПК-2, ОПК-6
1.4	Управление электронным предприятиям	2		2				4	8	ОПК-2, ОПК-6

1.5	Моделирование деятельности электронного предприятия			2						ОПК-2, ОПК-6
Модуль 2. Автоматизация управления электронным предприятием										
2.1	Автоматизация управления электронным предприятием	2	2	2				4	6	ПК-1
2.2	Оплата и доставка товаров в электронной среде	2		2	2			6	8	ПК-1
2.3	Взаимодействием с потребителем продуктов и услуг электронного предприятия CRM-система электронного предприятия.			2				6	8	ПК-1
2.4	Управление персоналом электронного предприятия	2		2				6	8	ПК-1
2.5	Заключение	2								ПК-1
	Промежуточный контроль						4			
	Итого:	**14**	**4**	**18**	**6**		**4**	**40**	**58**	

Таблица 4

5.2. Тематика практических занятий

№	Раздел программы	Темы практического занятия	Вопросы для обсуждения	Учебно-методические материалы
Модуль 1. Типология электронных предприятий				
1.1.	Введение	Семинар № 1	1. Разработка основной идеи и концепции бизнеса	12

			2. Формулирование целей создания предприятия и модели бизнеса. 3. Определение целей управления предприятием.	
1.2.	Типология электронных предприятий	Семинар №2 Типология электронных предприятий	1. Разработка модели бизнес-процессов электронного предприятия. 2. Распределение бизнес-процессов между фрон и бэк-офисом предприятия	1
1.3.	Создание и функционирование электронного предприятия	Семинар №3 Создание и функционирование электронного предприятия	1. Определение состава задач и функций управления предприятием. 2. Определение системы показателей эффективности управления предприятием.	14
1.4.	Управление электронным предприятиям	Семинар №4 Управление электронным предприятиям	1. Разработка имитационной модели для одного из бизнес-процессов.	1
1.5.	Моделирование деятельности электронного предприятия	Семинар №5 Моделирование деятельности электронного предприятия	1. Разработка концепции ситуационного управления предприятием	
Модуль 2. Автоматизация управления электронным предприятием				
2.1.	Автоматизация управления электронным предприятием	Семинар №6 Автоматизация управления электронным предприятием	1. Разработка организационной структуры управления предприятием	14
2.2.	Оплата и доставка товаров в электронной среде	Семинар №7 Оплата и доставка товаров в электронной среде	1. Оплата и доставка товаров в электронной среде	1
2.3.	Взаимодействием с потребителем продуктов и услуг электронного предприятия CRM-система электронного предприятия.	Семинар №8 Взаимодействием с потребителем продуктов и услуг электронного предприятия	1. Взаимодействием с потребителем продуктов и услуг электронного предприятия	1

2.4.	Управление персоналом электронного предприятия	Семинар №9 Управление персоналом электронного предприятия	1. Управление персоналом электронного предприятия	14
2.5.	Заключение	Семинар №9	1. Презентация и защита разработанного проекта.	

5.3. Самостоятельная работа студентов

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине. Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

Основные направления самостоятельной работы:

– ознакомление и проработка рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;

– посещение выставок и семинаров;

– подготовка к лекционным и семинарским занятиям;

– подготовка к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;

– изучение литературы, информационных источников в интернете и архивных документов.

– подготовка рефератов и их защита;

– рецензирование и аннотирование;

– опрос и оформление результата в виде аналитических записок, справок, документов.

Задания для самостоятельного выполнения представлены в Приложении 1 (Фонд оценочных средств).

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины. Перечень видов оценочных средств соответствует рабочей программе дисциплины. Оценочные средства представлены в Приложении 1 в

виде Фонда оценочных средств (ФОС) для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине и включает в себя:

– описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

– типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе изучения данной дисциплины;

– методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Формирование оценки текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся, требования к которым изложены в Положении о модульно-рейтинговой системе оценки знаний студентов ДГИ.

В организации модульно-рейтинговой системы важное место играет принцип распределения баллов по различным видам деятельности студента. Для расчета баллов, полученных студентом за модуль, и итогового рейтинга с учетом трудоемкости дисциплины, включенной в учебный план, из всех показателей выводится средний балл (кроме самостоятельной работы), показатели которой суммируются. Итоговый балл студента по дисциплине, изучение которой рассчитано на несколько семестров определяется как среднее арифметическое итоговых баллов.

Итоговый рейтинг по отдельному модулю учебной дисциплины включает в себя сумму баллов за посещение занятий, активность, рубежный контроль и самостоятельную работу.

Рейтинговые баллы, в общем, по всем модулям за вышеуказанные виды деятельности распределяются следующим образом:

– посещение – максимум 30 баллов, пропорционально посещенным занятиям (начисление баллов за посещение занятия, (вне зависимости от вида: лекция, практическое занятие, и т.д.) осуществляется следующим образом:

– неявка на занятие – 0 баллов;

– посещение занятия – 1 балл;

– активность – 1-20 баллов (за активность на занятии (практическом, семинарском), выраженная в решении определенных стандартных и нестандартных задач, ответах на поставленные преподавателем вопросы и выполненные задания);

– рубежный контроль – 1-20 баллов;

– самостоятельная работа – максимум 30 баллов (реферат – 20 баллов, словарь или кроссворд – 5 баллов, презентация или наглядный материал – 5 баллов).

Для сдачи зачета необходимо набрать минимум 51 балл.

Для допуска к экзамену – необходимо набрать минимум 51 б. Засчитываются на экзамене баллы от 0 до 30 баллов. Окончательная оценка по дисциплине выводится в ведомость с учетом баллов экзамена:

«удовлетворительно» – 51-69,

«хорошо» – 70-84,

«отлично» – 85 и выше.

В течение семестра работа на занятиях семинарского типа (текущий контроль), сдача контрольных точек (рубежный контроль) оценивается преподавателем, ведущим занятия, и баллы заносятся в электронную ведомость.

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Курс предусматривает чтение лекций и проведение практических занятий. В лекциях излагается основное содержание тем учебной дисциплины.

В процессе изучения дисциплины используются активные методы обучения (АМО), включающие чтение проблемных лекций, изучение конкретных производственных и хозяйственных ситуаций. Среди АМО и интерактивных методов обучения (ИМО) стоит выделить следующие:

1. Тематические дискуссии – способ обсуждения темы (спорного или проблемного характера в учебной группе). Как правило, дискуссии организуются в формах группового обсуждения или дебатов.
2. Групповой тренинг – метод предполагает имитацию особой учебно-экспериментальной обстановки, позволяющей студентам освоить нестандартные подходы к решению проблем, используя новые техники и тактики, излагаемые преподавателем и демонстрируемые в ходе занятия.
3. Проблемная лекция – важнейшим показателем «проблемности» характера обучения является наличие познавательной проблемы. «Проблема» может быть сформулирована на основе материалов истории науки, социальной практики, в контексте предстоящей профессиональной деятельности. Лекция характеризуется проблемным изложением материала: преподаватель ставит вопрос или формулирует проблемную задачу и показывает варианты ответов или способов решения, а студенты наблюдают за поиском и определяют свое отношение к полученному материалу.

В состав методического обеспечения проблемной лекции входят: перечень «проблемных» вопросов для рассмотрения и последующего обсуждения (и их временной регламент); наглядные пособия (слайды, раздаточные материалы), отражающие не только теоретические положения дисциплины, но и фактографические данные, иллюстрирующие реальную практику в рассматриваемой области; подборка актуальных статей, материалов для рефлексивного чтения.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

В процессе изучения дисциплины, подготовки к лекциям и выполнению практических работ используются персональные компьютеры с установленными стандартными программами MS Office (Microsoft Office Word — текстовый процессор, Microsoft Office Excel — табличный процессор, Microsoft Office PowerPoint — приложение для подготовки презентаций) и доступом к Internet-ресурсам посредством Интернет-браузеров (Opera, Google Chrome, Yandex и др.), что должно позволить студенту:

- осуществлять поиск информационных источников в сети Internet;
- реализовывать педагогическое взаимодействие;
- участвовать в виртуальных интеллектуальных конкурсах студентов;
- проходить компьютерное тестирование;
- использовать в учебном процессе информационно-коммуникационные средства (смартфоны, планшеты, телевизоры, удаленный доступ к учебно-методическим материалам) и т.п.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИН

Для проведения занятий по дисциплине необходимо иметь:

– учебную аудиторию для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенную специализированной мебелью, видеопроекционным оборудованием, экраном, средствами звуковоспроизведения, выход в сеть Интернет и локальную сеть вуза, а также наборами демонстрационного оборудования и учебных наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации;

– учебную аудиторию для самостоятельной работы обучающихся, 14 автоматизированных рабочих мест с выходом в сеть Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Таблица 5

Технические средства обучения

№	Наименование мебели и оргтехники	Учебное помещение		
		для чтения лекций	для проведения практ. занятий	для проведения лабор. работ
1.	Мультимедиапроектор,1 ед.	1	1	1
2.	Проекционный экран, 1ед.	1	1	1
3.	Ноутбук, 1ед.	1	1	1
4.	Персональные компьютеры, 20 ед.		1	1
5.	Интерактивная доска, 1 шт	1	1	1
6.	Лазерная указка, 1 шт.	1	1	1

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебно-методическое обеспечение дисциплины составляет:

– рабочая программа дисциплины;

– оценочные средства;

– презентации;

– программные средства (Microsoft Windows, Microsoft Office);

– рукописи учебных материалов;

– методические рекомендации по выполнению учебных заданий и по их контролю;

– образцы рефератов, курсовых работ, алгоритмов решения задач;

– наглядные пособия, таблицы, схемы и т.п.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЕМЫМ

Методические указания студентам должны раскрывать рекомендуемый режим и характер учебной работы по изучению теоретического курса (или его раздела/части), практических и/или семинарских занятий, и практическому

применению изученного материала, по выполнению заданий для самостоятельной работы, по использованию информационных технологий и т.д. Методические указания должны мотивировать студента к самостоятельной работе и не подменять учебную литературу.

Указывается перечень учебно-методических изданий, рекомендуемых студентам для подготовки к занятиям и выполнения самостоятельной работы, а также методические материалы на бумажных и/или электронных носителях, выпущенные кафедрой своими силами и предоставляемые студентам во время занятий:

- рабочие тетради студентов;
- наглядные пособия;
- глоссарий (словарь терминов по тематике дисциплины);
- тезисы лекций,
- раздаточный материал и др.

Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом в объеме не менее 50-70% от общего количества часов, должна соответствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы составляются по разделам и темам, по которым не предусмотрены аудиторные занятия, либо требуется дополнительно проработать и проанализировать рассматриваемый преподавателем материал в объеме запланированных часов.

Задания по самостоятельной работе могут быть оформлены в виде таблицы с указанием конкретного вида самостоятельной работы:

- конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
- проработка учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературе) и подготовка докладов на семинарах и практических занятиях, к участию в тематических дискуссиях и деловых играх;
- работа с нормативными документами и законодательной базой;
- поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации, подготовка заключения по обзору;
- выполнение контрольных работ, творческих (проектных) заданий, курсовых работ (проектов);
- решение задач, упражнений;
- написание рефератов (эссе);
- работа с тестами и вопросами для самопроверки;
- выполнение переводов на иностранные языки/с иностранных языков;
- моделирование и/или анализ конкретных проблемных ситуаций ситуации;
- обработка статистических данных, нормативных материалов;

– анализ статистических и фактических материалов, составление выводов на основе проведенного анализа и т.д.

Самостоятельная работа должна носить систематический характер, быть интересной и привлекательной для студента.

Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при аттестации студента (зачет, экзамен). При этом проводятся: тестирование, экспресс-опрос на семинарских и практических занятиях, заслушивание докладов, проверка письменных работ и т.д.

12. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

12.1. Основная литература

1. Шевченко, Д. А. Фандрайзинг образовательной организации : учебное пособие для обучающихся по дополнительным профессиональным программам / Д. А. Шевченко. — 3-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 335 с. - ISBN 978-5-394-03837-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1081823 (дата обращения: 05.03.2022)

2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 1071 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-01263-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1028517 (дата обращения: 05.03.2022). – Режим доступа: по подписке.

3. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 269 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Просто, кратко, быстро). - ISBN 978-5-16-010065-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1079142 (дата обращения: 05.03.2022). – Режим доступа: по подписке.

4. Дадян, Э. Г. Данные: хранение и обработка : учебник / Э. Г. Дадян. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 205 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-016447-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1149101 (дата обращения: 05.03.2022). – Режим доступа: по подписке.

12.2. Дополнительная литература

5. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О. В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-013017-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1659834 (дата обращения: 05.03.2022). – Режим доступа: по подписке.

6. Заботина, Н. Н. Проектирование информационных систем : учебное пособие / Н. Н. Заботина. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 331 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-004509-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1036508 (дата обращения: 05.03.2022). – Режим доступа: по подписке.

7. аботина, Н. Н. Методы и средства проектирования информационных систем : учебное пособие / Н.Н. Заботина. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 331 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-015597-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1043093 (дата обращения: 05.03.2022). – Режим доступа: по подписке.

12.3. Интернет-ресурсы

8. http://belitsoft.ru/
9. http://www.virtech.ru
10. http://www.oracle.sun.com
11. http://www.w3.org/Protocols/rfc2616/rfc2616.html
12. http://www.opennet.ru/docs/RUS/http/index.html

ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ (АКТУАЛИЗАЦИИ) РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.12.02 Информатизация маркетинговой деятельности

Учебный год	Внесенные изменения	Преподаватель (ФИО)	Протокол заседания кафедры (дата, номер), ФИО зав. кафедрой, подпись

Примечание:

В таблице указывается только характер изменений (например, изменение темы, списка источников по теме или темам, средств промежуточного контроля) с указанием пунктов рабочей программы. Само содержание изменений оформляется приложением по сквозной нумерации.

Приложение 1

Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования

«Дагестанский гуманитарный институт»

Адрес: 367000, Республика Дагестан, г. Махачкала, ул. Дахадаева, 136; ОГРН 1180571012203; ИНН 0572020227 / КПП 057201001, тел. +7 (8722) 94-00-60, e-mail: mail@daggum.ru, контактное лицо: Магомедова З. Р.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Б1.В.ДВ.12.02 Информатизация маркетинговой деятельности

Направление подготовки	38.03.05 Бизнес-информатика
Профиль подготовки бакалавра	Электронный бизнес
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр
Формы обучения:	очная; заочная

Махачкала, 2022

13. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств (ФОС) является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений, обучающихся (в т.ч. по самостоятельной работе студентов, далее — СРС), освоивших программу данной дисциплины.

Целью фонда оценочных средств является установление соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика.

14. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в нижеприведённых таблицах.

Перечень оценочных средств, рекомендуемых для заполнения таблицы 1 (в ФОС не приводится, используется только для заполнения таблицы).

Таблица 1.

Перечень оценочных средств

1. Деловая (ролевая) игра	2. Доклад
3. Коллоквиум	4. Творческое задание
5. Кейс-задание	6. Устный опрос
7. Контрольная работа	8. Эссе
9. Круглый стол (дискуссия) 10. Курсовая работа/курсовой проект 11. Расчетно-графическая работа	12. Тест для проведения зачета/дифференцированного зачета (зачета с оценкой)/экзамена
13. Решение задач (заданий) 14. Тест (для текущего контроля)	15. Задания/вопросы для проведения зачета/дифференцированного зачета (зачета с оценкой)/экзамена

Перечень оценочных средств необходимости может быть дополнен.

14.1. Перечень компетенций

Компетенции/контролируемые этапы	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Показатели	Наименование оценочного средства
ОПК-2 Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом;	ОПК-2.2 Может описывать целевые сегменты ИКТ-рынка с целью принятия решений по управлению бизнесом	Знать: - Основные цели и задачи создания электронных предприятий и компонент электронного бизнеса несетевых предприятий. - Тенденции и динамика роста и развития предпринимательства в среде Интернет. - Проблемы и направления исследований в области поиска новых методов управления электронными предприятиями и расширения сферы их деятельности. - Системы автоматизации управления ресурсами предприятия в управлении электронными предприятиями: MRP, MRPII, ERP, CSRP, ECM. Торгово-закупочные B2B системы. Автоматизация основных процессов электронной торговли в секторе B2B. - технологии Интернет-коммерции (i-Commerce), телевизионной коммерции (t-Commerce), (Мобильная коммерция) m-Commerce. - Типы электронных предприятий по моделям взаимоотношений между субъектами и объектами предпринимательской деяфтельности. B2B (Business-to-Business, бизнес-бизнес или бизнес-партнёр). B2C (Business-to-Consumer, бизнес-потребитель). B2A (Business-to-Administration, бизнес-администрация),	Тест, практическое задание, реферат
ОПК-6 Способен выполнять отдельные задачи в рамках коллективной научно-исследовательской, проектной и учебно-профессиональной деятельности для поиска, выработки и применения новых решений в области информационно-коммуникационных технологий.	ОПК-6.2 Применяет базовые знания экономики, математики и информационных технологий для решения отдельных задач в рамках коллективной научно-исследовательской, проектной и учебно-профессиональной деятельности; ОПК-6.3 На основе шаблонных вариантов способен к разработке новых подходов и решений в области информационно коммуникационных технологий		

ПК-1 Выполнение работ и управление работами по созданию (модификации) и сопровождению ИС, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы	ПК-1.1 Знает возможности типовой ИС, устройство и функционирование современных ИС, современные стандарты информационного взаимодействия систем	C2A (Consumer-to-Administration, потребитель-администрация), C2C (Consumer-to-Consumer, потребитель-потребитель. - Основные процессы электронных предприятий. - Этапы создания электронного предприятия. - Основные подходы к оценке стоимости электронных предприятий. - Методы формирования потребительской аудитории. - методы качественного (когнитивного) моделирования при решении таких проблем, особенности этапа структуризации знаний субъектов при их решении. Суть их использования в цикле формирования управленческих решений. - Требования к технологиям поддержки решения сложных проблем. Уметь: - Формировать концепции предприятия. - Анализировать и моделировать бизнес-процессы несетевого предприятия, осуществляющего аналогичную деятельность. - Анализировать возможности реализации бизнес-процессов в электронной среде. - Управлять маркетинговой деятельностью электронного предприятия. - проводить бизнес-планирование в Интернет-компании. - Использовать оценки потребительской аудитории. Жизненный цикл потребителя. Методы сбора статистических данных о потребительской аудитории - использовать методы и инструментальные средства измерения потребительской аудитории. Сегментация потребительской аудитории.	

		- проводить комплексное моделирование деятельности предприятия. Ситуационное управление электронным предприятием на основе технологий компьютерного моделирования. Владеть: - навыками планирования предпринимательской деятельности. Управления финансами предприятия. - основным компонентами управления электронным предприятием. Произвдство. Снабжение и сбыт. Управление запасами. Техобслуживание оборудования. Послепродажное обслуживание произведенной продукции. Кадры. Научные исследования и конструкторские разработки. - анализом поставщиков и партнеров. - Управленческими технологиями с использованием моделирования. - Технологиями компьютерного моделирования. Имитационного моделирования. Моделирования системной динамики. - Моделями и методами решения проблем на основе когнитивных карт (структурно-целевой анализ, анализ конфликтов, SWOT-анализ, сценарное моделирование, решение обратных задач, аналитические методы). - методами применения когнитивных карт в системах поддержки решения задач государственного управления (ситуационных центров, информационно-аналитических систем).	

14.2. Шкала оценивания

4-балльная шкала (уровень освоения)	**Отлично** (повышенный уровень)	**Хорошо** (базовый уровень)	**Удовлетворительно** (пороговый уровень)	**Неудовлетворительно** (уровень не сформирован)
100-балльная шкала	85-100	70-84	51-69	0-50
Бинарная шкала		Зачтено		Незачтено

14.3. Оценивание выполнения практических заданий

4-балльная шкала (уровень освоения)	**Показатели**	**Критерии**
Отлично (повышенный уровень)	1. Полнота выполнения практического задания. 2. Своевременность выполнения задания. 3. Последовательность и рациональность выполнения задания. 4. Самостоятельность решения. 5. и т.д.	Студентом задание решено самостоятельно. При этом составлен правильный алгоритм решения задания, в логических рассуждениях, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задание решено рациональным способом.
Хорошо (базовый уровень)		Студентом задание решено с подсказкой преподавателя. При этом составлен правильный алгоритм решения задания, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задание решено нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.
Удовлетворительно (пороговый уровень)		Студентом задание решено с подсказками преподавателя. При этом задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задание решено не полностью или в общем виде.
Неудовлетворительно (уровень не сформирован)		Студентом задание не решено.

14.4. Оценивание выполнения тестов

4-балльная шкала (уровень освоения)	**Показатели**	**Критерии**

Отлично (повышенный уровень)	1. Полнота выполнения тестовых заданий. 2. Своевременность выполнения. 3. Правильность ответов на вопросы. 4. Самостоятельность тестирования.	Выполнено 85-100% заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
Хорошо (базовый уровень)		Выполнено 70-84% заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др.
Удовлетворительно (пороговый уровень)		Выполнено 51-69% заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан неполный ответ на поставленный вопрос, в ответе не присутствуют доказательные примеры, текст со стилистическими и орфографическими ошибками.
Неудовлетворительно (уровень не сформирован)		Выполнено 0-50% заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (терминах, понятиях).

14.5. Требования к реферату

Тема – любой из приложенных вопросов.
Объем – 15-20 стр.
Кегль – 14
Интервал – 1,5 пт.
Выравнивание текста – по ширине.
Список литературы – не менее 10 позиций.
Наличие введения, основной части, разделенной на параграфы и главы, заключения.
Оригинальность (полностью механически скопированные или сохраненные с Интернета тексты не принимаются и не засчитываются).
Титульный лист оформляется в соответствии с общими требованиями к рефератам.

14.6. Оценивание ответа на зачете

2-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Зачтено (удовлетворительный уровень знания)	1. Полнота изложения теоретического материала. 2. Полнота и правильность решения практического задания.	Студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.

	3. Правильность и/или аргументированность изложения (последовательность действий). 4. Самостоятельность ответа. 5. Культура речи.	Студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями. Студентом дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.
Незачтено (неудовлетворительный уровень знания)		Студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено. Т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

14.7. Оценивание ответа на экзамене

4-балльная шкала (уровень освоения)	**Показатели**	**Критерии**
Отлично (повышенный уровень)	1. Полнота выполнения задания.	Студентом задание решено самостоятельно. При этом составлен правильный алгоритм решения задания, в логических рассуждениях, в выборе

	2. Своевременность выполнения задания. 3. Последовательность и рациональность выполнения задания. 4. Самостоятельность решения. 5. И т.д.	формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задание решено рациональным способом.
Хорошо (базовый уровень)		Студентом задание решено с подсказкой преподавателя. При этом составлен правильный алгоритм решения задания, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задание решено нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.
Удовлетворительно (пороговый уровень)		Студентом задание решено с подсказками преподавателя. При этом задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задание решено не полностью или в общем виде.
Неудовлетворительно (уровень не сформирован)		Студентом задание не решено.

15. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

15.1. Вопросы по учебной дисциплине (модулю) для текущей аттестации обучающихся

1. Признаки классификации предпринимательской деятельности
2. Общая схема предпринимательской деятельности, цели предпринимательства в Интернет.
3. Модели предпринимательской деятельности в Интернет
4. Обобщенная схема управления предприятием, основные области управления
5. Виды учета на предприятии
6. Планирование деятельности предприятия
7. Системы автоматизации управления ресурсами предприятия в управлении электронными предприятиями: MRP, MRPII, ERP ECM, CSRP
8. Преимущества и недостатки методов управления ресурсами предприятия
9. CSRP - системы
10. Виды торгово-закупочных B2B-систем
11. Основные процессы электронной торговли в секторе B2B
12. Системы управления закупками (e-procurement)
13. Основные элементы системы управления закупками
14. Автоматизация функций процесса закупки
15. Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM – системы)
16. Организация электронно-коммерческого взаимодействия между регионально распределенными дистрибуторами
17. Система полного цикла сопровождения потребителей (CRM-система)
18. Модели организации и управления межорганизационной электронной площадкой
19. Классификация типов межорганизационной электронной деятельности
20. Факторы, определяющие выбор модели межорганизационной электронной площадки
21. Финансово-экономическая модель работы электронной торговой площадки
22. Организационно-правые формы управляющей компании электронной торговой площадки
23. Факторы выбора организационно-правовой формы управляющей компании электронной торговой площадки

15.2. Вопросы по учебной дисциплине (модулю) для промежуточной аттестации обучающихся (экзамен/зачет)

1. Факторы выбора организационно-правовой формы управляющей компании электронной торговой площадки
2. Функции управления электронной торговой площадкой
3. Функциональная модель управляющей компании электронной площадки
4. Организационная структура управляющей компании электронной площадки
5. Матричный тип организационный структуры Управляющей компании площадки
6. Стадии развития управляющей компании электронной площадки
7. Виды реорганизации электронной торговой площадки
8. Разработка финансово-экономической подсистемы проекта межорганизационной электронной площадки
9. Основные источники доходов управляющей компании электронной площадки
10. Основные расходы управляющей компании электронной площадки
11. Состав задач по внедрению технологической платформы площадки
12. Ключевые показатели деятельности управляющей компании площадки
13. Ключевые факторы успеха проекта создания межорганизационной электронной площадки
14. Виртуальные предприятия Характеристики виртуальной формы организации.
15. Состав задач по созданию виртуального предприятия
16. Технологическая инфраструктура виртуального предприятия
17. Ключевые организационные параметры реализации виртуального предприятия как объединения партнеров по бизнесу
18. Основные функции управления виртуальным предприятием как сетью партнеров
19. Использование интеграции моделей деятельности предприятия при решении задач управления
20. Сферы применения имитационных моделей при решении задач управления предприятием.

15.2.1. Образец экзаменационного билета

Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования
«Дагестанский гуманитарный институт»
Кафедра теологии и социально-гуманитарных дисциплин

Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика
Профиль – «Электронный бизнес»

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой ЭиИТ
_____ А. С. Аскеров
«____» _____2021 г.

Экзаменационный билет №1
по дисциплине **Б1.В.ДВ.12.02 Информатизация маркетинговой деятельности**

1. Состав задач по созданию виртуального предприятия
2. Технологическая инфраструктура виртуального предприятия

Составитель Гусейнов Б.М.

15.3. Вопросы для самостоятельного изучения

1. Признаки классификации предпринимательской деятельности
2. Общая схема предпринимательской деятельности, цели предпринимательства в Интернет.
3. Модели предпринимательской деятельности в Интернет
4. Обобщенная схема управления предприятием, основные области управления
5. Виды учета на предприятии
6. Планирование деятельности предприятия
7. Системы автоматизации управления ресурсами предприятия в управлении электронными предприятиями: MRP, MRPII, ERP ECM, CSRP
8. Преимущества и недостатки методов управления ресурсами предприятия
9. CSRP - системы
10. Виды торгово-закупочных B2B-систем
11. Основные процессы электронной торговли в секторе B2B
12. Системы управления закупками (e-procurement)
13. Основные элементы системы управления закупками
14. Автоматизация функций процесса закупки
15. Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM – системы)
16. Организация электронно-коммерческого взаимодействия между регионально распределенными дистрибуторами

17. Система полного цикла сопровождения потребителей (CRM-система)
18. Модели организации и управления межорганизационной электронной площадкой
19. Классификация типов межорганизационной электронной деятельности
20. Факторы, определяющие выбор модели межорганизационной электронной площадки
21. Финансово-экономическая модель работы электронной торговой площадки
22. Организационно-правые формы управляющей компании электронной торговой площадки
23. Факторы выбора организационно-правовой формы управляющей компании электронной торговой площадки
24. Функции управления электронной торговой площадкой
25. Функциональная модель управляющей компании электронной площадки
26. Организационная структура управляющей компании электронной площадки
27. Матричный тип организационный структуры Управляющей компании площадки
28. Стадии развития управляющей компании электронной площадки
29. Виды реорганизации электронной торговой площадки
30. Разработка финансово-экономической подсистемы проекта межорганизационной электронной площадки
31. Основные источники доходов управляющей компании электронной площадки
32. Основные расходы управляющей компании электронной площадки
33. Состав задач по внедрению технологической платформы площадки
34. Ключевые показатели деятельности управляющей компании площадки
35. Ключевые факторы успеха проекта создания межорганизационной электронной площадки
36. Виртуальные предприятия Характеристики виртуальной формы организации.
37. Состав задач по созданию виртуального предприятия
38. Технологическая инфраструктура виртуального предприятия
39. Ключевые организационные параметры реализации виртуального предприятия как объединения партнеров по бизнесу
40. Основные функции управления виртуальным предприятием как сетью партнеров
41. Использование интеграции моделей деятельности предприятия при решении задач управления
42. Сферы применения имитационных моделей при решении задач управления предприятием.

Таблица 6

15.3.1. Задания для самостоятельного выполнения

Содержанием самостоятельной работы является разработка проекта автоматизированной системы управления для электронного предприятия, работающего по модели B2B или B2C. Подготовка презентации проекта, защита проекта. Разработка осуществляется группами из 3-4 студентов.

Проект включает следующие разделы:

1. Краткая характеристика проекта
2. Модель бизнес-процессов предприятия
3. Описание бизнес-процессов для фронт и бэк-офиса
4. Имитационная модель для изучения динамики одного из бизнес-процессов, план и результаты экспериментов
5. Организационная структура управления.
6. Концепция ситуационного управления предприятием
7. Презентация проекта

16. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Лекционные занятия проводятся по основным разделам дисциплины и дополняются лабораторными занятиями, в ходе которых студенты овладевают знаниями, умениями и навыками, направленными на формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Самостоятельная работа студентов состоит из подготовки к лекционным и лабораторным занятиям, поиска ответов на вопросы устного опроса, подготовки рефератов-презентаций по отдельным темам дисциплины. Портфолио студента включает следующие материалы: результаты выполненных лабораторных работ, подготовленных рефератов, результаты тестирования или опроса в зависимости от выбора метода контроля преподавателем.

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.

Самостоятельная работа является важнейшим этапом дисциплины. На самостоятельную работу студентов по дисциплине отводится 51% времени от общей трудоемкости курса. Сопровождение самостоятельной работы студентов может быть организовано в следующих формах:

– тестирование (индивидуальное или групповое);

– консультации (индивидуальные и групповые);

– промежуточный контроль хода выполнения заданий строится на основе различных способов взаимодействия и отражается в процессе формирования портфолио студента.

В экзаменационный билет включено три вопроса. Экзамен проводится в устной или письменной форме. На подготовку и ответ студенту отводится 20 минут.

Для получения удовлетворительной оценки необходимо отразить в ответе не менее 50% информации по каждому из предложенных вопросов.

Приложение 2

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.12.02 Информатизация маркетинговой деятельности

Целью дисциплины –является теоретическое освоение обучающимися основных разделов Управления IT-сервисами и контентом, необходимых для понимания роли дисциплины в профессиональной деятельности; формирования культуры мышления, способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения; знакомство с современными IT-услугами, цифровым контентом и системами управления контентом; освоение основных моментов управления IT-инфраструктурой, приложениями и IT -запросами.

Задачи:

- получить представление о роли дисциплины в профессиональной деятельности;
- знать виды контента (как информационных ресурсов предприятия, так и Интернет-ресурсов), процессы управления жизненным циклом цифрового контента, процессы создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов);
- уметь управлять процессами жизненного цикла контента предприятия и Интернет-ресурсов, управлять процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов);
- владеть методами управления процессами жизненного цикла контента предприятия и Интернет-ресурсов; методами управления процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов); методами проектирования, разработки и реализации технического решения в области создания систем управления контентом Интернет-ресурсов и систем управления контентом предприятия.

Место дисциплины «Б1.В.ДВ.12.02 Информатизация маркетинговой деятельности» в структуре ОПОП

Дисциплина «Информационные системы в клиент-ориентированном маркетинге» относится к базовой вариативной части профессионального цикла учебного плана. Для успешного освоения дисциплины студент должен иметь базовую подготовку по дисциплинам «Информатика», «Теоретические основы информатики», «Вычислительные системы, сети, телекоммуникации», «Базы данных», «Информационные технологии», «Электронный бизнес» и др.

Дисциплина «Информационные системы в клиент-ориентированном маркетинге» является предшествую при изучении специальных дисциплин и производственной практики. Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин как «Бизнес-планирование», «Оценка бизнеса», «Организация предпринимательской деятельности», «Комплексный анализ хозяйственной деятельности», «Бухгалтерский финансовый учет», «Бухгалтерская финансовая отчетность».

1. Планируемые результаты обучения

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения УК
ОПК-2 Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом;	ОПК-2.1 Знает основные методы маркетинговых исследования ИКТ-рынка ОПК-2.2 Может описывать целевые сегменты ИКТ-рынка с целью принятия решений по управлению бизнесом ОПК-2.3 Способен проводить исследование и анализ ИКТ-рынка, работать с его целевыми сегментами

2. Трудоемкость дисциплины

Формы обучения	Виды учебной работы и их трудоемкость					
	Всего	Лекции	Практические занятия	Промежуточный контроль	Самостоятельная работа	Форма аттестации
Очная	72	14	18		40	Зачет с оценкой
Заочная	72	4	6	4	58	Зачет с оценкой