

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО ВГУ)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
информационных технологий и
математических методов в экономике



В.В. Давнис

23.04.2020

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.08.01 Информационные системы маркетинга

- 1. Шифр и наименование направления подготовки:** 38.03.02 «Менеджмент»
- 2. Профиль подготовки:** Бизнес-администрирование
- 3. Квалификация выпускника:** Бакалавр
- 4. Форма обучения:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** кафедра Информационных технологий и математических методов в экономике
- 6. Составители программы:**
Шуршикова Галина Владимировна, кандидат технических наук, доцент,
- 7. Рекомендована:** НМС экономического факультета протокол № 4 от 16.04.2020
- 8. Учебный год:** 2023/2024 **Семестр:** 7

9. Цели и задачи учебной дисциплины: Целью дисциплины является формирование понимания будущим выпускником роли информационных систем и технологий в деятельности предприятий.

Задачи дисциплины: обучающиеся должны:

- изучить виды информационных технологий и систем в маркетинге;
- изучить теоретические и практические положения формирования маркетинговых стратегий организации, в том числе использования CRM-систем;
- применять маркетинговые стратегии управления маркетингом, управления корпоративным сайтом компании
- знать методы и программные средства обработки информации;
- владеть навыками обработки информации, в том числе навыками работы с электронными базами данных.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: вариативная часть, дисциплина по выбору. Необходимо знание основ информатики, информационных технологий и владение навыками работы с офисными программами.

11. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОПК-7	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – базовые функциональные возможности систем маркетинга <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – критически анализировать функциональные возможности экономических информационных систем маркетинга для решения профессиональных задач. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с маркетинговыми информационными системами.
ПК-17	способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – бизнес-модели взаимодействия с клиентами; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать эффективность информационных систем маркетинга <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками сравнительного анализа маркетинговых информационных систем в условиях российского рынка

12 Объем дисциплины в зачетных единицах/часах в соответствии с учебным планом — 2 / 72 .

Форма промежуточной аттестации(зачет/экзамен) - зачет.

13 Виды учебной работы:

Вид учебной работы	Трудоемкость (часы)	
	Всего	По семестрам
		7 сем.
Аудиторные занятия	54	54
в том числе: лекции	18	18
практические	36	36
лабораторные		
Самостоятельная работа	18	18
Итого:	72	72

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1. Лекции		
1.1	Современные теоретические разработки, тенденции развития и состояние практики в области информационных систем и их особенностей в маркетинге	Теоретические основы информационных систем маркетинга, маркетинговые технологии создания информационных систем. Понятие информационной системы маркетинга. Функции маркетинговых информационных систем. Определение потребности в маркетинговой информации
1.2	Теоретические основы информационных систем маркетинга. Базы данных маркетинговой информации	Классификация источников маркетинговой информации. Базы данных глобальной и национальной статистики, источники коммерческой информации, специальные издания в области маркетинга, Яндекс-метрика, Гугл-аналитика. Информационные проблемы маркетингового исследования. Организация работы с маркетинговой информацией
1.3	Использование информационных систем в решении задач маркетинга	Методический инструментарий создания и функционирования маркетинговых информационных систем. Системы анализа маркетинговой информации.
1.4	Анализ современных систем управления взаимоотношениями с клиентами. Актуальные проблемы информационных систем маркетинга в условиях российского рынка.	Информационные системы класса CRM (customer relationship management - управление взаимоотношениями с клиентами). Основные функции. Сравнительный анализ CRM систем, представленных на российском рынке на примере Битрикс24, AmoCRM, Мегаплан, МойСклад, WireCRM, RetailCRM, Salesap CRM, LPTracker, Prostoy – CRM («Простой бизнес»), Envybox CRM
1.5	Методы расчета эффективности информационных систем маркетинга	Причины сложностей оценки эффективности. Прямые (hard) и косвенные (soft) выгоды от внедрения ИС маркетинга: неосозаемые выгоды, стратегические выгоды. Изменения в маркетинговой деятельности, связанные с внедрением информационной системы.
2. Практические занятия		
2.1	Современные теоретические разработки, тен-	Изучение теоретических подходов к определению роли информации в процессе принятия решений;

	денции развития и состояние практики в области информационных систем и их особенностей в маркетинге	обоснование потребности предприятий в маркетинговой информации; изучение рынка маркетинговой информации; разработка классификации источников маркетинговой информации; определение возможных форм организации работы с маркетинговой информацией. Функции маркетинговых информационных систем для решения задач маркетинга.
2.2	Теоретические основы информационных систем маркетинга. Базы данных маркетинговой информации	Теоретические подходы к определению роли информации в процессе принятия решений. Изучение рисков маркетинговой деятельности. Понятия веб-аналитики, основы работы в Яндекс-метрика, Гугл-аналитика. Информационные проблемы маркетингового исследования. Организация работы с маркетинговой информацией
2.3	Использование информационных систем в решении задач маркетинга	Системы анализа маркетинговой информации: системы хранения и уточнения данных; системы аналитической информации; маркетинговые разведывательные системы; операционные системы маркетинга (системы сбыта).
2.4	Анализ современных систем управления взаимоотношениями с клиентами. Актуальные проблемы информационных систем маркетинга в условиях российского рынка.	Информационные системы класса CRM. Работа с базовым функционалом в демоверсиях.
2.5	Методы расчета эффективности информационных систем маркетинга	Изучение ценовых политик производителей CRM систем, изучение методов определения прямых и косвенных затрат.

13.2 Разделы дисциплины и виды занятий:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)			
		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	Современные теоретические разработки, тенденции развития и состояние практики в области информационных систем и их особенностей в маркетинге	2	4	2	8
2	Теоретические основы информационных систем маркетинга. Базы данных маркетинговой информации	4	8	4	16
3	Использование информационных систем в решении задач маркетинга	4	8	4	16
4	Анализ современных систем управления взаимоотношениями с клиентами. Актуальные проблемы информационных систем маркетинга в условиях российского рынка.	6	12	6	24
5	Методы расчета эффективности информационных систем маркетинга	2	4	2	8
Итого:		18	36	18	72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе изучения дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, лабораторные занятия, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся.

Обучающимся рекомендуется вести конспект лекции, в котором должны быть ссылки на номера слайдов и демонстрационные примеры, основные определения и положения необходимо конспектировать, в конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.. Презентации лекций и демонстрационный материал в виде файлов предоставляются обучающимся.

Для подготовки к практическому занятию обучающийся должен заранее ознакомиться с заданием и теоретическим материалом, после выполнения работы оформить отчет о проделанной работе и подготовиться к ее защите. Все отчеты формируются в виде текстового файла и высылаются для проверки преподавателем.

При подготовке к практическим занятиям особое внимание следует уделять особенностям использования изучаемых программных продуктов и грамотному оформлению полученных результатов.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем и вопросов учебной дисциплины и является обязательной для каждого обучающегося, ее объем определяется учебным планом, обуча-

ющийся работает с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и ресурсами сети Internet, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Вопросы, которые вызывают у обучающихся затруднения при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Виды самостоятельной работы: конспектирование учебной и научной литературы; проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе); работа в электронной библиотечной системе; работа с информационными справочными системами, выполнение домашних заданий; выполнение контрольных заданий; подготовка к занятиям; работа с вопросами для самопроверки.

15. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Жданов, С. А. Информационные системы : учебник / С.А. Жданов, М.Л. Соболева, А.С. Алфимова .— Москва : Прометей, 2015 .— 302 с. : табл., схем., ил. — Библиогр. в кн .— http://biblioclub.ru/ .— ISBN 978-5-9906-2644-7 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426722 >.
2.	Балдин, К. В. Информационные системы в экономике : учебник / К. В. Балдин, В. Б. Уткин. — 7-е изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — 395 с. — ISBN 978-5-394-01449-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/93391
3.	Яснев, В. Н. Информационные системы и технологии в экономике : учебное пособие / В.Н. Яснев .— 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юнити-Дана, 2015 .— 560 с. : табл., граф., ил., схемы .— Библиогр.: с. 490-497. — http://biblioclub.ru/ .— ISBN 978-5-238-01410-4 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115182 >.
4.	Информационные системы и технологии управления : учебник / ; ред. Г. А. Титоренко .— 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юнити-Дана, 2015 .— 591 с. : ил., табл., схемы .— (Золотой фонд российских учебников) .— http://biblioclub.ru/ .— ISBN 978-5-238-01766-2 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115159 >.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
5.	ГОСТ 7.73-96. Поиск и распространение информации : Термины и определения.— Офиц. изд. — Взамен ГОСТ 7.27-80 ; Введен 01.01.1998 .— Минск : Изд-во Межгос.Совет по стандартизации, 1997 .— 11 с. — (Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу)
6.	Гринберг А. С. Информационные технологии управления. Учебное пособие - М.: Юнити-Дана , 2012 URL: http://biblioclub.ru/book/119135/
7.	Уткин, В.Б. Информационные системы и технологии в экономике / В.Б. Уткин ; Балдин К. В. — Москва : Юнити-Дана, 2012 .— 337 с. — (Профессиональный учебник: Информатика) .— ISBN 5-238-00577-6 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119550 >.

8.	Арсеньев, Ю.Н. Информационные системы и технологии. Экономика. Управление. Бизнес / Ю.Н. Арсеньев ; Шелобаев С. И. ; Давыдова Т. Ю. — Москва : Юнити-Дана, 2012 .— 448 с. — ISBN 5-238-01040-0 .— <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119133 >.
9.	Информационные технологии / А.И. Исакова. — Томск : Эль Контент, 2012 . 174 с. — ISBN 978-5-4332-0036-4. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=208647
10.	Исаев, Г.Н. Информационные технологии. Учебник [Электронный ресурс] : учебник. — Электрон. дан. — М. : Омега-Л, 2012. — 464 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=5528 — Загл. с экрана.
11.	Киреева, Г.И. Основы информационных технологий: учебное пособие [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.И. Киреева, В.Д. Курушин, А.Б. Мосягин [и др.]. — Электрон. дан. — М. : ДМК Пресс, 2010. — 272 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=1148 — Загл. с экрана.
12.	Черных, Т.А. Основы офисного программирования в MS Excel : учебное пособие / Т.А. Черных, Ю.В. Полищук, А.В. Максименко .— Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2013 .— 121 с. — <URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=260744&sr=1 >.
13.	Уринцов А. И. Электронный обмен данными. Учебно-практическое пособие. - М.: Евразийский открытый институт, 2011. - 181 с. URL: http://biblioclub.ru/book/90958/

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
1.	Зональная научная библиотека ВГУ https://www.lib.vsu.ru/
2.	ЭБС Лань, http://e.lanbook.com/
3.	ЭБС Университетская библиотека online https://biblioclub.ru/
4.	ЭБС «Электронная библиотека технического ВУЗа» (ЭБС «Консультант студента» http://www.studentlibrary.ru/
5.	https://edu.vsu.ru/ – образовательный портал «Электронный университет ВГУ»/ЛМС Moodle курс ИС маркетинга, https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=5412
6.	Система Битрикс 24. Официальный сайт: http://www.fosdoc.ru/
7.	Система Простой бизнес, Официальный сайт: https://www.prostoy.ru/
8.	Система Мегалплан Официальный сайт: https://megaplan.ru/
9.	Российская государственная библиотека. Единый электронный каталог http://www.rsl.ru/ru/s97/s977242/

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)

№ п/п	Источник
1.	База знаний системы ELMA https://www.elma-crm.ru/kb/
2.	Образовательный портал ELMA https://eva.elma-crm.ru/
3.	On-line семинары Synerdocs и Directum http://www.synerdocs.ru/webinar/

Внеаудиторная работа должна сопровождаться работой за компьютером для вы-

полнения заданий по темам, заданным преподавателем в качестве самостоятельной работы.

1. Установить демо-версию системы CRM
2. Просматривать обучающие деморолики, предоставляемые разработчиками информационных продуктов.
3. По возможности посещать выставки, семинары и рекламные мероприятия, организуемые производителями программных продуктов и информационных услуг.

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

Используется Свободное программное обеспечение, бесплатные демоверсии систем. Используются текстовые и табличные редакторы, редакторы растровой и векторной графики распространяемые по свободной лицензии.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории ФГБОУ ВО «ВГУ», так и вне ее.

Программа дисциплины реализуется с применением элементов дистанционных образовательных технологий

Информационно-справочные ресурсы

1. <http://www.ict.edu.ru> - портал "Информационно-коммуникационные технологии в образовании" .
2. <http://www.iot.ru> - портал Информационных образовательных технологий.
3. <http://biznit.ru> - сайт о применении информационных технологий в различных областях.
4. www.consultant.ru - официальный сайт ЗАО «Консультант Плюс».
5. www.garant.ru - официальный сайт ООО «НПП Гарант-Сервис».
6. www.kodeks.ru - официальный сайт информационно-правового консорциума «Кодекс».
7. <http://www.hse.ru> - Портал Высшей Школы Экономики;
8. <http://ecsocman.edu.ru> - Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»;
9. <http://www.aup.ru> - Портал по менеджменту, маркетингу и рекламе, финансам, инвестициям, управлению персоналом;
10. <http://www.eu.ru> - Экономика и управление на предприятиях. Научно-образовательный портал. Библиотека экономической и управленческой литературы;
11. Российская государственная библиотека. Единый электронный каталог <http://www.rsl.ru/ru/s97/s977242/>
12. Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>
13. Российская национальная библиотека <http://www.nlr.ru>

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебный корпус экономического факультета ВГУ имеет: нужное количество лекционных аудиторий, оснащенных мультимедийным оборудованием, компьютер-

ные классы, имеется необходимый комплект лицензионного программного обеспечения. Обучающиеся имеют доступ к учебной литературе, представленной в ЭБС.

Для проведения занятий используются: Учебная аудитория: специализированная мебель, Компьютер Intel Pentium G 6950 (12 шт.), системный блок - INWIN Intel DN55TC(12 шт.), монитор - LG Flatron W1942SE (12 шт.)

19. Фонд оценочных средств:

19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	ФОС* (средства оценивания)
ОПК-7 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	Знать: <ul style="list-style-type: none"> – базовые функциональные возможности систем маркетинга 	1. Современные теоретические разработки, тенденции развития и состояние практики в области информационных систем и их особенностей в маркетинге	Контрольная работа
	Уметь: <ul style="list-style-type: none"> – критически анализировать функциональные возможности экономических информационных систем маркетинга для решения профессиональных задач. 	3.Использование информационных систем в решении задач маркетинга 4. Анализ современных систем управления взаимоотношениями с клиентами. Актуальные проблемы информационных систем маркетинга в условиях российского рынка.	Контрольная работа

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с маркетинговыми информационными системами. 	<p>3.Использование информационных систем в решении задач маркетинга 4. Анализ современных систем управления взаимоотношениями с клиентами. Актуальные проблемы информационных систем маркетинга в условиях российского рынка</p>	Контрольная работа
ПК-17: способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – бизнес-модели взаимодействия с клиентами 	<p>2. Теоретические основы информационных систем маркетинга. Базы данных маркетинговой информации. 3.Использование информационных систем в решении задач маркетинга. 4. Анализ современных систем управления взаимоотношениями с клиентами. Актуальные проблемы информационных систем маркетинга в условиях российского рынка</p>	Контрольная работа
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать эффективность информационных систем маркетинга 	<p>5.Методы расчета эффективности информационных систем маркетинга.</p>	Контрольная работа
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками сравнительного анализа маркетинговых информационных систем в условиях российского рынка. 	<p>4. Анализ современных систем управления взаимоотношениями с клиентами. Актуальные проблемы информационных систем маркетинга в условиях российского рынка.</p>	Контрольная работа
	Промежуточная аттестация		КИМ

19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения на зачете используются следующие показатели:

- владение понятийным аппаратом и теоретическими основами дисциплины,
- способность иллюстрировать ответ примерами практического использования теоретического материала,
- способность связать вопросы теории с практическими заданиями,
- применять теоретические знания для решения практических задач,
- ориентация в функциональных возможностях изучаемых программных продуктах,
- грамотная, уверенная, связанная речь при устном ответе,
- способность быстро ориентироваться в материале, отвечая на дополнительные вопросы в рамках изучаемого объема.

Для оценивания результатов обучения на зачете используется шкала: «зачтено», «не зачтено».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Обучающийся: - прочно усвоил предусмотренный программный материал; - правильно, аргументировано ответил на все вопросы, с приведением примеров; - показал глубокие систематизированные знания, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников: теорию связывает с практикой, другими темами данного курса; Обязательным условием выставленной оценки является правильная речь в быстром или умеренном темпе. Дополнительным условием получения оценки «зачтено» могут стать хорошие успехи при выполнении самостоятельной работы, систематическая активная работа на практических занятиях.	Пороговый уровень	Зачтено
Обучающийся: - не справился с 50% вопросов и заданий билета, - в ответах на вопросы допустил существенные ошибки. - не может ответить на дополнительные вопросы. Не зачтена текущая аттестация и обучающийся не может ответить по материалам текущей аттестации	-	Не зачтено

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

19.3.1 Перечень вопросов к зачету

1. Базовые функции маркетинговых информационных систем
2. Источники маркетинговой информации
3. Анализ информационного обеспечения ИС маркетинга
4. Информационные технологии для управления внешними связями
5. Разведывательная система маркетинга
6. Система поддержки маркетинговых решений
7. Система планирования маркетинга
8. Системы маркетингового контроля
9. Система маркетинговой отчетности
10. Технологии интернета для работы с партнерами
11. Эволюция концепции CRM
12. Стратегия CRM
13. Примеры целей внедрения CRM
14. Сущность организации работы с партнерами на основе интернет-технологий
15. Управление взаимоотношениями с сотрудниками
16. Технологии для реализации программ лояльности клиентов
17. Причины неудач в использовании CRM
18. Технологии для увеличения эффективности работы сотрудников по клиентскому обслуживанию
19. Какие первостепенные задачи ставят руководители российских предприятий перед CRM?
20. Какие информационные технологии обеспечивают улучшение качества обслуживания при сохранении текущего уровня себестоимости?
21. Роль интернета в развитии CRM
22. Оценка эффективности использования ИС маркетинга
23. Пути развития ИС маркетинга

19.3.2 Задания для контрольной работы

Задание 1. Для сравнительного анализа предлагается рассмотреть функционал и особенности использования CRM систем, представленных на российском рынке (список примерный):

Битрикс24;
АmoCRM;
Мегаплан;
МойСклад;
WireCRM;
RetailCRM;
Salesap CRM;
LPTracker
Prostoy – CRM («Простой бизнес»)
Envybox CRM

Для систем на сайтах производителей представлен обширный рекламно-справочный материал и демоверсии, на основании чего можно выполнить сравнительный анализ возможных решений. Нужно сформулировать критерии (не менее 5), по которым будут сравниваться системы.

В виде презентации представить результат сравнительного анализа, обязательно проанализировать стоимость и срок внедрения.

Проиллюстрировать реализацию маркетингового бизнес-процесса в системе.

Задание 2. Описать перспективные информационные технологии маркетинга.

Задание 3. Системы веб-аналитики для сбора, визуализации и анализа данных (например, Яндекс-метрика).

Задание 4. Системы для проведения маркетинговых опросов в интернет.

Критерии оценивания контрольной работы:

- оценка «зачтено» все задания выполнены в полном объеме и сделана презентация не менее 10 слайдов; работа оформлена в виде текстового файла, материал изложен грамотно и логично, в каждом задании имеются выводы. По тексту приведены скриншоты, иллюстрирующие работу системы.

- оценка «не зачтено», если тема не раскрыта или презентация отсутствует.

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

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в форме защиты контрольной работы.

Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и оценить степень сформированности умений и навыков.

При оценивании используются 2-х балльная шкала оценок. Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация с применением ДОТ

1. Промежуточная аттестация с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (далее – ЭО, ДОТ) проводится в рамках электронного курса, размещенного в ЭИОС (образовательный портал «Электронный университет ВГУ» (LMS Moodle, <https://edu.vsu.ru/>)).

2. Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета.

3. Обучающиеся, проходящие промежуточную аттестацию с применением ДОТ, должны располагать техническими средствами и программным обеспечением, позволяющим обеспечить процедуры аттестации. Обучающийся самостоятельно обеспечивает выполнение необходимых технических требований для проведения промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий.

4. Идентификация личности обучающегося при прохождении промежуточной аттестации обеспечивается посредством использования каждым обучающимся индивидуального логина и пароля при входе в личный кабинет, размещенный в ЭИОС ВГУ.