МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической работе
_____ В.Г. Шубаева
«26» июня 2021 г.

Информатизация маркетинговой деятельности

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки/ *Специальность*	*38.03.05 Бизнес-информатика*
Направленность (профиль) программы/ *Специализация*	*Деловая аналитика*
Уровень высшего образования	*Бакалавриат*
Форма обучения	*очная*

Составитель*(и)*:

к.э.н, Аминов Хакимджон Иномджонович

Часов по учебному плану	108	**Виды контроля в семестрах:**
в том числе:		
контактная работа	48	Зачет: семестр 5
самостоятельная работа	60	
практическая подготовка	0	
часов на контроль	0	

Распределение часов дисциплины:

Семестр:	5
Вид занятий	Часы
Лекционные занятия	20
Практические занятия	28
Лабораторные работы	
Итого аудиторных часов	**48**
Самостоятельная работа	60
Часы на контроль	0
Итого академических часов	**108**
Общая трудоемкость в зачетных единицах	**3**

Санкт-Петербург
2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 3
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ* 3
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 5
5.1 Рекомендуемая литература 5
5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства 6
5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД) 6
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 6
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 8
8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ 9
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ 10
1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации 10
1.2 Темы письменных работ 10
1.3 Контрольные точки 11
1.4 Другие объекты оценивания 11
1.5 Самостоятельная работа обучающегося 11
1.6 Шкала оценивания результата 11

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:	Формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области информатизации маркетинговой деятельности, использовании современных информационных систем и технологий для решения маркетинговых задач.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ Информатизация маркетинговой деятельности относится к элективным дисциплинам Блока 1.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции выпускника	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**
ПК-6 - Способен планировать, организовывать и проводить мероприятия по управлению ресурсами	*ПК-6.2 - Способен организовать мероприятия по управлению ресурсами в процессе экономической деятельности*	*Знать: основы организации и информатизации маркетинговой деятельности* *Уметь: обосновать целесообразность использования подходящих информационных систем в маркетинговой деятельности.* *Владеть: навыками применения информационных технологий в маркетинговой деятельности.*

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*

Номер и наименование тем и/или разделов/тем	**Содержание дисциплины**	**Объем дисциплины (академические часы)**			
		Контактная работа			**СРО**
		ЗЛТ	**ПЗ**	**ЛР**	
Тема 1. Место и роль информационных систем в маркетинговой деятельности.	Понятие информационных технологий и систем в маркетинговой деятельности. Классификация информационных технологий и систем. Информатизация маркетинговой деятельности. Необходимость автоматизации информационных процессов в маркетинговой деятельности. Задачи информационных технологий маркетинга. Обеспечивающие	4	6		10

	подсистемы информационных технологий в маркетинговой деятельности. Анализ и управление маркетинговой деятельностью на основе современных информационных технологий и систем. Выбор рациональных информационных систем для управления бизнесом на основе маркетинговой и деловой информации. Основные этапы анализа маркетинговой деятельности. Исследование и анализ информации в маркетинговой деятельности. Анализ ассортимента и его структуры. Ценовая политика. Анализ продаж. Анализ работы с клиентами. Анализ конкурентов. SWOT-анализ. Разработка и реализация маркетинговой (рыночной) стратегии предприятия. Использование современных информационных технологий и систем для анализа маркетинговой деятельности.				
Тема 2. Интегрированные информационные системы и их использование в маркетинговой деятельности.	Определение и основные требования к интегрированным информационным системам. Стандарты, используемые в интегрированных информационных системах. Классификация интегрированных информационных систем. Применение интегрированных информационных систем в маркетинговой деятельности. Выбор рациональных информационных систем и информационно-коммуникативных технологий решений для управления бизнесом.	4	6		10
Тема 3. Технологии машинного обучения в маркетинговой деятельности.	Машинное обучение. Использование возможностей машинного обучения для целей маркетинга. Применение обучающихся информационных систем в маркетинговой деятельности.	2	4		10
Тема 4. Геоинформационные технологии в маркетинговой деятельности.	Геоинформационные системы. Составные части и структура геоинформационных систем. Принцип работы и возможности геоинформационных систем. Особенности организации данных в геоинформационных системах. Применение геоинформационных технологий в маркетинговой деятельности. Геомаркетинг: понятие и основные виды. Структура геомаркетинговой информационной системы. Использование математического аппарата и инструментальных средств для обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования.	4	4		10
Тема 5. Средства бизнес-аналитики для целей маркетинга.	Определение и сущность BI-технологий. Компоненты OLAP-технологий и их возможности. Архитектура OLAP-приложений. Варианты хранения информации	4	6		10

Использование технологий BI в маркетинговой деятельности.	в OLAP-технологиях. Применение OLAP-технологий в маркетинговой деятельности. Data Mining в маркетинговой деятельности. Проведение ABC и XYZ анализа с использованием BI-технологий.				
Тема 6. Концепция маркетинга в среде Интернет.	Степени участия в среде Интернет. Интернет как средство коммуникации. Маркетинговые исследования в среде Интернет. Товар и товарная политика. Цена и ценовая политика. Система распределения в среде Интернет. Средства продвижения товаров и услуг через Интернет. Реклама в сети: особенности Интернет-рекламы, рекламные носители в Интернет. Ценовые модели размещения рекламы в Интернет. PR, личные продажи, стимулирование сбыта в среде Интернет. Модели бизнеса в среде Интернет. Варианты построения деятельности компании в Интернет. Виды электронных магазинов.	2	2		10
Контроль:					**0**
Всего по дисциплине:		**20**	**28**	**0**	**60**

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Рекомендуемая литература

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	**Электронные ресурсы**
1. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум / С. В. Карпова [и др.]; под общ. ред. С. В. Карповой. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 367 с.	https://urait.ru/viewer/inform ... gii-v-marketinge-432127#page/1
2. Кожевникова Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебное пособие / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Электрон. дан. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 444 с.	https://urait.ru/viewer/inform ... gii-v-marketinge-433178#page/1
3. Кузнецова О.Б. Информатизация маркетинговой деятельности в корпорации: учебное пособие / О.Б. Кузнецова, И.Л. Андреевский. – Санкт-Петербург: СПбГИЭУ, 2009.– 71 с. – Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru.	http://opac.unecon.ru/elibrary/bibl/fulltext/Study/7210.pdf

4. Управление корпоративными ресурсами в информационных системах: монография / И.А. Брусакова, М.П. Власов, Р.В. Соколов, К.П. Голоскоков, Э.И. Цветков, И.Л. Андреевский; СПбГИЭУ. - Санкт-Петербург: СПбГИЭУ, 2010. 268 с. – Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru.	http://opac.unecon.ru/elibrary ... /fulltext/TRUD/mono/457033.pdf

5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- Microsoft Office Professional
- Microsoft Windows Professional
- Power BI Desktop, бесплатная версия

5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД/ ИСС
1.	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru
3.	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4.	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5.	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary www.oecd-ilibrary.org
6.	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
7.	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
8.	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
9.	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
10.	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
11.	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
12.	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и

индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование учебных аудиторий, перечень	**Адрес (местоположение) учебных аудиторий**
Ауд. 2032 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 25 посадочных мест, рабочее место преподавателя (стол 1шт., кресло 1шт.), доска маркерная на колесиках 1 шт., маркерная доска на ножках 1шт., вешалки стойки 1шт., стол 2шт., стульев 4шт., доска обьявлений 1шт., жалюзи 2шт., Компьютер Intel I5-7400/16Gb/1Tb/ видеокарта NVIDIA GeForce GT 710/Монитор. DELL S2218H - 25 шт., Интерактивная доска SMARTB 680 - 1 шт., Шкаф телекоммуникационный настенный ЦМО ШРН-Э-6.650 - 1 шт., Коммутатор ProCurve Switch 2626 - 1 шт., Терминальная станция тонкий клиент в составе Sun Ray 2 client - 1 шт., Стойка для интерактивной доски 660x680 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, ул. Канал Грибоедова, 30/32, литер «А», «Б», «Р»
Ауд. 2008 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 60 посадочных мест (стол учебный 30шт., стульев 60шт., рабочее место преподавателя, стол м/м, доска меловая 2 шт.(односекционная), кафедра 1 шт., стул 2шт.Компьютер Intel i3-2100 2.4 Ghz/4/500Gb/Acer V193 19" - 1 шт.,, Мультимедийный проектор Тип 1 Optoma x 400 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, ул. Канал Грибоедова, 30/32, литер «А», «Б», «Р»

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

– учебно-методической документацией;

– локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;

– графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава СПбГЭУ согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

- фундаментальных основ мировоззрения обучающихся и естественнонаучного познания;
- базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;
- профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;
- индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;

– метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации

1. Понятие и виды маркетинга.
2. Сферы действия маркетинга.
3. Структура маркетингового плана.
4. Основные этапы анализа маркетинговой деятельности
5. Понятие и цели маркетингового анализа.
6. Понятие и цели маркетингового планирования.
7. Последовательность разработки маркетингового плана.
8. Операционный маркетинг.
9. Виды маркетинговой информации.
10. Необходимость автоматизации информационных процессов в маркетинговой деятельности.
11. Обеспечивающие подсистемы информационных технологий в маркетинговой деятельности.
12. Анализ и управление маркетинговой деятельностью на основе современных информационных технологий и систем
13.
14. Определение и основные требования к интегрированным информационным системам.
15. Информационные технологии в маркетинговой деятельности.
16. Информационная система маркетинга.
17. Классификация информационных систем маркетинга.
18. Основные функции и классификация CRM-систем.
19. Использование возможностей машинного обучения для целей маркетинга.
20. Применение обучающихся информационных систем в маркетинговой деятельности.
21. Геоинформационные системы. Составные части и структура геоинформационных систем.
22. Применение геоинформационных технологий в маркетинговой деятельности.
23. Геомаркетинг: понятие и основные виды.
24. Определение и сущность BI-технологий.
25. Компоненты OLAP-технологий и их возможности. Применение OLAP-технологий в маркетинговой деятельности.
26. Data Mining в маркетинговой деятельности.
27. Степени участия в среде Интернет.
28. Маркетинговые исследования в среде Интернет.
29. Средства продвижения товаров и услуг через Интернет.
30. Модели бизнеса в среде Интернет.
31. Средства продвижения товаров и услуг через Интернет.
32. Реклама в сети: особенности Интернет-рекламы, рекламные носители в Интернет. Ценовые модели размещения рекламы в Интернет.

1.2 Темы письменных работ

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

1.3 Контрольные точки

Номер контрольной точки	Тип контрольной точки	Способ проведения	Номера тем
1	*Защита практикума*	*с помощью технических средств и информационных систем*	*1-3*
2	*Защита практикума*	*с помощью технических средств и информационных систем*	*4-6*
3	*Текущий контроль*	*с помощью технических средств и информационных систем*	*1-6*

1.4 Другие объекты оценивания

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

1.5 Самостоятельная работа обучающегося

Наименования самостоятельной работы	Номера тем
Подготовка к лекционным и практическим занятиям	*1-6*

1.6 Шкала оценивания результата

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения **по дисциплине** регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.

Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется **балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

Формой итогового контроля по дисциплине является зачет, итоговый результат формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
<55	Незачет
>=55	Зачет

Шкала оценивания результата

2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.

3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.