

I. Информационные системы маркетинга

II. Шифр дисциплины

III. Целью дисциплины является формирование у студентов базовых знаний в области использования информационных систем и технологий маркетинга, а также Интернет-маркетинга для проведения маркетинговой деятельности экономических объектов.

Достижение цели обеспечивается решением **следующих задач:**

- определение сущности и структуры информационной системы маркетинга;
- изучение видов информационных систем маркетинга, методов их создания и оптимизации;
- выявление особенностей маркетинговых информационных ресурсов;
- определение тенденций развития информационных систем и мультимедийных технологий;
- изучение технического и программного обеспечения информационных систем маркетинга;
- выявление особенностей сети Интернет и ее ресурсов, используемых в маркетинговой деятельности;
- изучение технологий Интернет в маркетинге;
- исследование возможностей виртуального маркетингового пространства;
- освоение принципов и методов ведения электронной коммерции;
- определение способов обеспечения безопасности информационных систем маркетинга.

IV. Место дисциплины в структуре ООП:

А. Информация об образовательном стандарте и учебном плане:

ФБ – бакалавр ФГОС

Направление подготовки – менеджмент

Наименование учебного плана: направление 080200.62 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» соответствует ФГОС бакалавра по направлению 080200.62 «Менеджмент»

Профиль подготовки – маркетинг

Б. Информация о месте дисциплины в образовательном стандарте и учебном плане:

— общепрофессиональная дисциплина вариативной части (В-ПД);

— курс - второй;

— семестр –четвертый;

В. Перечень дисциплин, которые должны быть освоены для начала усвоения данной дисциплины: Маркетинг, Экономика

Г. Общая трудоемкость: 108 часов.

Д. Форма промежуточной аттестации: зачет

V. Формы проведения:

- лекции – 16 часов;
- практические занятия (семинары) – 32 часов;
- самостоятельная работа – 60 часа;
- формы текущего контроля – контрольные работы, тесты;

VI. Распределение трудоемкости по разделам и темам, а также формам проведения занятий с указанием форм текущего контроля и промежуточной аттестации:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Трудоемкость (в ак. часах) по формам занятий				Формы конт- роля
		Аудиторная работа (с разбивкой по формам и видам)				
		Лек- ции	Практичес- кие занятия (семинары)	Лабора- торная работа	Самосто- ятельная работа	
1.	Раздел. 1. Роль информационных систем в маркетинге Тема 1. Структура, состав и эффективность информационной системы маркетинга	1	4		6	
2.	Тема 2. Тенденции развития информацион- ных систем и мульти- медийных технологий	2	3		6	
3.	Тема 3. Виды информа- ционных систем, их создание и оптимизация	2	3		6	Контрол ьная работа
4.	Тема 4. Характеристика и назначение техниче- ских средств информа- ционных систем маркетинга	2	3		6	Тест
5.	Тема 5. Программные продукты в маркетинге	1	4		6	Промеж уточная аттестаци я 1
6.	Раздел 2. Интернет- технологии в маркетинге. Тема 1. Компьютерные сети	2	3		6	
7.	Тема 2. Сетевая навигация	2	3		6	
8.	Тема 3. Функциональное назначение и ресурсы Интернет	2	3		6	Контрол ьная работа
9.	Тема 4. Технология Интернет в маркетинге и виртуальное маркетин- говое пространство	1	3		6	Тест
10.	Тема 5. Электронная коммерция	1	3		6	Промеж уточная аттестаци я 2
11.	Итого	16	32		60	зачет

VII. Содержание дисциплины по разделам и темам– аудиторная и самостоятельная работа:

Раздел 1. Роль информационных систем в маркетинге.

Тема 1. Структура, состав и эффективность информационной системы маркетинга

Содержание темы: Предмет и содержание курса «Информационные системы маркетинга». Связь курса с другими дисциплинами. Информационная система маркетинга как часть информационной системы организации. Структура информационной системы маркетинга, маркетинговая разведка, маркетинговое исследование. Сущность и задачи маркетингового анализа информации, стратегия маркетинга информационных продуктов. Методология маркетингового анализа информации. Виды информационных систем маркетинга. Управление информационными системами маркетинга. Эффективность информационной системы.

Задания для самостоятельной работы:

1. Охарактеризуйте место и роль информационной системы маркетинга в информационной системе организации.
2. Опишите структуру информационной системы маркетинга.
3. Раскройте методы сбора маркетинговой информации.
4. Проведите маркетинговый анализ информации на заданном экономическом объекте.
5. Опишите структуру вертикальной и горизонтальной информационной системы маркетинга.
6. Опишите структуру централизованной информационной системы маркетинга.
7. Укажите признаки функциональной организации маркетинговой системы.
8. Приведите достоинства географической организации маркетинговой системы.
9. Укажите недостатки продуктовой и рыночной организации маркетинговой системы.
10. Приведите показатели, по которым оценивается эффективность информационной системы.

Тема 2. Тенденции развития информационных систем и мультимедийных технологий.

Содержание темы: Основные проблемы информационных систем маркетинга. Пути развития информационных систем маркетинга. Приоритетные и новые виды информационных технологий. Перспективная характеристика рынка информационных услуг, систем, мультимедийных технологий и электронного бизнеса. Мировая практика организации виртуальных маркетинговых предприятий.

Задания для самостоятельной работы:

1. Перечислите основные проблемы, препятствующие развитию информационных систем маркетинга.
2. Опишите пути развития информационных систем маркетинга.
3. Выделите приоритетные виды информационных технологий.
4. Охарактеризуйте новые виды информационных технологий.
5. Дайте характеристику рынка информационных услуг и систем.
6. Опишите мультимедийные технологии, применяемые в маркетинговой деятельности.
7. Охарактеризуйте понятие электронного бизнеса.
8. Проведите сравнительный анализ организации виртуальных маркетинговых предприятий в России и за рубежом.

Тема 3. Виды информационных систем, их создание и оптимизация.

Содержание темы: Понятие системы. Общая классификация систем. Понятие

«информационная система» (ИС). Экономические информационные системы. Типы пользователей ИС. Этапы создания и развития ИС. Процессы в информационных системах. Масштабируемость ИС. Структурная схема информационной системы. Задачи и функции ИС. Информационное, техническое, математическое, программное, лингвистическое, организационное и правовое обеспечение ИС. Классификация информационных систем. Оптимизация информационных систем.

Задания для самостоятельной работы:

1. Приведите типы пользователей информационных систем.
2. Опишите этапы создания и развития информационных систем.
3. Охарактеризуйте процессы в информационных системах.
4. Приведите структурную схему информационной системы.
5. Выделите задачи и функции информационной системы.
6. Опишите методы оптимизации информационных систем.

Тема 4. Характеристика и назначение технических средств информационных систем маркетинга

Содержание темы: Пользовательские интерфейсы. Стандартизация интерфейсов. Аппаратные средства информационных систем маркетинга: микросхемы и микропроцессоры, компьютеры. Периферийные устройства. Программные средства информационных систем маркетинга. Выбор программных и аппаратных средств. Внедрение информационной системы маркетинга на предприятии. Методология проектирования информационных систем маркетинга. Обеспечение безопасности информационной системы маркетинга.

Задания для самостоятельной работы:

1. Опишите этапы создания и развития информационных систем.
2. Охарактеризуйте процессы в информационных системах.
3. Приведите структурную схему информационной системы.
4. Выделите задачи и функции информационной системы.
5. Опишите методы оптимизации информационных систем.
6. Приведите пример стандартизации интерфейсов.
7. Охарактеризуйте аппаратные и периферийные средства информационных систем маркетинга.
8. Приведите примеры программных средств информационных систем маркетинга.
9. Охарактеризуйте модель жизненного цикла информационных систем маркетинга.
10. Приведите примеры средств обеспечения безопасности информационной системы маркетинга.

Тема 5. Программные продукты в маркетинге

Содержание темы:

Методология анализа маркетинговой информации в табличных процессорах. Сравнительный анализ применения табличных процессоров для целей маркетингового анализа. Интегрированный программный пакет «Касатка». Программа «БЭСТ-Маркетинг». Программа «КонСи Маркетинг». Программа «ДА-система». Программа «SPSS MR». Программа «VORTEX. CRM (Customer Relationships Management)».

Задания для самостоятельной работы:

1. Проведите сравнительный анализ применения табличных процессоров для целей маркетингового анализа.
2. Охарактеризуйте специализированные программные продукты в маркетинговой деятельности.

Раздел 2. Интернет-технологии в маркетинге.

Тема 1. Компьютерные сети

Содержание темы: Назначение и классификация компьютерных сетей. Характеристика процесса передачи данных. Аппаратная реализация передачи данных. Звенья

данных. Протоколы компьютерной сети. Особенности организации локальных вычислительных сетей (ЛВС). Глобальные сети. Способы организации передачи информации. Маршрутизация в IP сетях. Доменная система имен DNS. Электронная почта, SMTP, POP3, IMAP. Место и роль виртуальных систем и технологий в современном маркетинге.

Задания для самостоятельной работы:

1. Опишите назначение и классификацию компьютерных сетей.
2. Охарактеризуйте протоколы компьютерной сети.
3. Приведите особенности организации локальных вычислительных сетей.
4. Опишите способы организации передачи информации в глобальных сетях.
5. Охарактеризуйте маршрутизацию в IP сетях.
6. Определите место и роль виртуальных систем и технологий в современном маркетинге.

Тема 2. Сетевая навигация

Содержание темы: Общие принципы сетевой навигации. Автоматизированные информационно-поисковые системы. Общие принципы построения ИПС. Модели поиска информации. Информационный поиск и модели поведения пользователей. Информационно-поисковые системы в сети Интернет. Классификаторы и поисковые машины. Принципиальная схема работы поискового сервера. Процедура обработки пользовательского запроса. Обзор зарубежных и российских информационно-поисковых систем. Метапоисковые системы.

Задания для самостоятельной работы:

1. Опишите общие принципы сетевой навигации.
2. Охарактеризуйте общие принципы построения автоматизированных информационно-поисковых систем.
3. Приведите примеры информационно-поисковых систем в сети Интернет.
4. Дайте отличие классификаторов и поисковых машин.
5. Опишите принципиальную схему работы поискового сервера.
6. Опишите процедуру обработки пользовательского запроса.
7. Дайте обзор российских ИПС.
8. Приведите примеры зарубежных ИПС.
9. Приведите примеры метапоисковых систем.

Тема 3. Функциональное назначение и ресурсы Интернет

Содержание темы: Глобальная сеть интернет. Представление о структуре и системе адресации. Службы WWW. Web-каналы. Web-страницы. Гиперссылки. Функциональное назначение браузеров. Основные виды браузеров. Электронная почта (E-mail). Outlook Express. Службы телеконференций. Службы почтовых рассылок. Каталоги программ. Интернет-трейдинг. Интернет-телефония. Службы ICQ, IRC, Skype.

Задания для самостоятельной работы:

1. Определите функциональное назначение и основные виды браузеров.
2. Опишите электронную почту и службы телеконференций.
3. Охарактеризуйте службы почтовых рассылок и каталоги программ.

Тема 4. Технология Интернет в маркетинге и виртуальное маркетинговое пространство

Содержание темы: Типология маркетинговых информационных ресурсов. Носители и источники маркетинговой информации в информационных продуктах и услугах. Виртуальное маркетинговое пространство. Интернет как инструмент маркетинга. Характер рекламной кампании фирмы в Интернете. Разновидности рекламы в Интернете. Технологии Интернета в маркетинге: поиск информации, электронная почта, виртуальная коммерция.

Задания для самостоятельной работы:

1. Приведите типологию маркетинговых информационных ресурсов.
2. Опишите виртуальное маркетинговое пространство.

3. Охарактеризуйте интернет как инструмент маркетинга.

Тема 5. Электронная коммерция

Содержание темы: Направления электронной коммерции. Примеры электронной коммерции. Принципы работы Интернет-магазина. Программное обеспечение для создания Интернет-магазина. Платежные системы Интернета. Преимущества и недостатки электронных денег. Интернет-аукционы в России и за рубежом.

Задания для самостоятельной работы:

1. Опишите направления электронной коммерции и их разновидности.
2. Охарактеризуйте принципы работы Интернет-магазина.
3. Опишите программное обеспечение для создания Интернет-магазина.
4. Охарактеризуйте платежные системы Интернета.
5. Приведите примеры электронных денег.
6. Укажите назначение интернет-аукционов в России и за рубежом.

VIII. Перечень знаний, умений и навыков, формируемых в результате изучения дисциплины:

Общекультурные компетенции: способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-18).

Профессиональные компетенции: владеть средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления (ПК-33); владеть методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы (ПК-34).

IX. Используемые образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии:

А. Образовательные технологии:

- компьютерные технологии, связанные с применением информационных, тренинговых, контролирующих и развивающих обучающих программ различного вида, в том числе электронных учебников;
- тренинговые технологии, связанные с отработкой определенных алгоритмов учебно-познавательных действий и способов решения типовых задач в ходе обучения (тесты и практические упражнения);

Б. Научно-исследовательские технологии:

- структурно-логические технологии обучения, которые представляют собой поэтапную организацию постановки задач обучения, выбора способов их решения, диагностики и оценки полученных результатов;

В. Научно-производственные технологии:

- применение методов анализа информационных массивов маркетинговых данных, полученных на основе деятельности конкретного экономического объекта.

X. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

А. Основная литература:

№ п/п	Автор	Название книги / статьи	Отв. редактор (для коллективных работ)	Место издания	Издательство	Год издания	Название журнала (сборника)	Том (выпуск) журнала сборника	Номер журнала
1.	Алексунин В.А.	Электронная коммерция и маркетинг в Интернете		Москва	ИТК Дашков и Ко	2008			
2.	Кузь-	Компьютерны		Мос-	Форум	2008			

	мин А.В. 957 с.	е сети		ква					
3.	Лашма- нова Н.В.	Информацион ные системы маркетинга		СПб	СПбГУ П	2006			

Б. Дополнительная литература

№ п/ п	Автор	Название книги / статьи	Отв.ре- дактор (для коллек- тивных работ)	Место изда- ния	Изда- тель- ство	Год изда- ния	Назв ание жур- нала (сбо- рни- ка)	Том (выпу- ск) журн ала сборн ика	Но- мер жур- нала
1.	Бугор- ский В.И.	Сетевая экономика: Учебное пособие.		Мос- ква	Финан- сы и стати- стика	2008			
2.	Власов А.В.	Интернет и электронная почта.		Мос- ква	Эксмо	2008			
3.	Глушак ов С.В.	Работа в сети Интернет.		Мос- ква	АСТ	2008			
4.	Гуров Ф.	Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в сети.		Мос- ква	Верши на	2008			
5.	Кобелев О.А.	Электронная коммерция.		Мос- ква	ИТК Дашко в и Ко	2008			
6.	Олифер В.Г.	Компьютерны е сети: принципы, технологии, протоколы.		СПб	Питер	2008			
7.	Перелет ова И.В.	Интернет- магазин от А до Я.		Мос- ква	Эксмо	2008			
8.	Рейнолдс М.	Интернет- магазин.		Мос- ква	Лори	2008			
9.	Сингаев- ская Г.И.	Функции в Microsoft Office 2007.		Мос- ква	«И.Д. Вилья мс»	2008			

В. Программное обеспечение: Операционная система Windows, MS Office 2007-2010, доступ в сеть интернет;

XI. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

А. Помещения – аудитории для проведения лекционных занятий; компьютерные классы для проведения семинаров;

Б. Оборудование – персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет;

В. Иные материалы - набор слайдов презентации MS PowerPoint 2007-2010 по лекционному курсу.