



Наименование дисциплины и код: «Информационные технологии в маркетинге»

Лектор	Доцент Касмалиев Турсунбек Кемелович
Контактная информация:	Кафедры «Прикладной информатики» каб. 102. тел.: раб.0312325120
Количество кредитов:	4кредитов (60часов)
Дата:	2018 учебный год, II семестр
Цель и задачи курса	Целью курса «Информационные технологии в маркетинге» является овладение студентами основам современных информационных технологий в маркетинге. Задачами курса являются ознакомление студентов с основами информационных технологий в маркетинге
Описание курса	Предмет «Информационные технологии в маркетинге» изучает современные методы использования современных информационных технологий в маркетинге, предназначен для формирования прочных знаний и практических навыков в применении современных информационных технологий.
Пре репреквизиты	Студенты изучают тенденции развития современных информационных технологий в маркетинге, получают практические навыки работы на компьютерах, знакомятся современными информационными технологиями в маркетинге.
Пост репреквизиты	Студент должен знать и уметь использовать современные информационные технологии в маркетинге, свободно владеть работой с информацией с использованием компьютеров, уметь создавать информационные системы в маркетинге и при этом использовать современные программные средства создания информационных систем.
Компетенции	Студент должен усвоить в результате изучения дисциплины «Информационные технологии в ресторанном бизнесе» навыки работы с персональным компьютером, операционными системами, программными оболочками, с текстовыми редакторами, табличными процессорами, системами управления баз данных, пакетами прикладных программ (Windows, Word, PowerPoint, Excel, Access).;
Политика курса	В каждом семестре по 3 модуля (разделы). В установленные кафедрой и утвержденные деканатом дни студенты должны сдавать модули. Вопросы модулей будут за 2 недели озвучены преподавателем или вывешены на специальной доске деканата по модульно-рейтинговому контролю знаний. Итак, в течение курса студенты должны сдать 3 модуля . До сдачи модульных вопросов, по усмотрению преподавателя, может быть контроль знаний , за что присуждается определенное количество баллов. Итоговый рейтинг контроль обязателен для всех студентов, независимо от того сколько баллов набрано в течение семестра. Модуль считается зачтенным, если студент набрал минимальное количество баллов. Баллы распределяются следующим образом: На текущий Модуль1- 15баллов ,Модуль2 -15баллов, Модуль3-10баллов рубежный- 40 баллов, итоговый –20 баллов, итого-100 баллов. Если студент не смог сдать модуль во время рейтинг контроля по уважительной причине, то сдача модуля допускается с разрешения деканата факультета. За пропуски занятий предусматривается штрафные баллы. Если пропущено 20% занятий отнимается 10 б. , 40% - 20 б., 60% -30 б., 60-

	недопуск к модулю. Итоговые оценки выставляются в экзаменационную ведомость согласно полученным баллам: «неудовлетворительно» -- (1-49), «удовлетворительно»-(50-69), «хорошо»-(70-84), «отлично»-(85-100)
Методы преподавания:	Лекции, практические работы в виде выполнения лабораторных работ
Форма контроля знаний	Модульно рейтинговая система контроля и экзамен
Литература:	<p align="center">ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. «Информатика» /под редакцией профессора Макаровой Н.В. – М.: «Санкт Петербург», 1998 2. Информатика: данные, технология, маркетинг / В.П. Божко, В.В. Брага и др. - М.: Финансы и статистика, 1992. 3. Информатика для экономистов учебник, Агальцов В.П.,ИД Форум-, 448с, 2006 <p align="center">ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Практикум по общей информатике Уч.пос./ Омельченко В.П.,Феникс, 398с, 2007 2. Практикум по информатике для экономистов, Косарев В.П., , 461с, 2007

Календарно-тематический план распределения часов

№	Дата	Тема	Кол-во час	Лит-ра	Подготовительные вопросы по модулям
1.	22.01.2018	Общие сведения о теории информации, информационных систем и технологий	2	[1],[2],[3],	Что такое технология?
2.	24.01.2018	Внутренняя и внешняя маркетинговая среда организации	2	[1],[2],[3],	Что такое новая информационная технология?
3.	29.01.2018	Циклическая информационная модель маркетинговой деятельности организации	2	[1],[2],[3],	Что такое информационная культура?
4.	31.01.2018	Подходы к определению понятия "маркетинговая информационная система"	2	[1],[2],[3],	Что такое маркетинговая информация?
5.	05.02.2018	Структурно-функциональный анализ существующих моделей маркетинговых информационных систем	2	[1],[2],[3],	Что такое внешняя информация?

6.	07.02.2018	Маркетинговая информация: классификация видов, источники и поставщики	2	[1],[2],[3],	Что такое Внутренняя информация ?
7.	12.02.2018	Модель маркетинговой и информационной системы на основе комплекса маркетинга	2	[1],[2],[3],	Что такое Вторичная информация ?
8.	14.02.2018	Моделирование процессов информационного обеспечения маркетинговой деятельности на основе маркетинговых информационных систем	2	[1],[2],[3],	Что такое Первичная информация
9.	19.02.2018	Современные направления развития информационных технологий в маркетинге	2	[1],[2],[3],	Что такое Маркетинговая информационная система
10.	21.02.2018	Эволюция информационных технологий	2	[1],[2],[3],	Что составляет основу маркетинговой информационной системы?
11.	26.02.2018	Сетевые технологии для решения задач маркетинга	2	[1],[2],[3],	Что такое Внутренние коммуникации
12.	28.02.2018	Классификация телекоммуникационных вычислительных сетей	2	[1],[2],[3],	Что такое Внешние коммуникации
13.	05.03.2018	Локальные и глобальные сети Интернет и интранет Корпоративные информационные системы	2	[1],[2],[3],	Что в себя включает структура МИС?
14.	07.03.2018	Планирование ресурсов организации	2	[1],[2],[3],	Что понимается Под системой внутренней отчетности
15.	12.03.2018	Комплекс Oracle ERP Управление взаимоотношениями с клиентами	2	[1],[2],[3],	Что такое Система сбора текущей внешней информации ?
16.	14.03.2018	Центр взаимодействий с клиентами Altitude CRM	2	[1],[2],[3],	Что такое Система маркетинговых исследований ?
17.	19.03.2018	Перспективы развития информационных технологий	2	[1],[2],[3],	Что такое Система анализа маркетинговой информации ?
18.	26.03.2018	Определение ответственного за информационно-аналитическое обеспечение маркетинга	2	[1],[2],[3],	Что является Характерной чертой современности?

19.	28.03.2018	Выявление постоянных информационных потребностей маркетинга организации	2	[1],[2],[3],	Что понимается под информационными процессами?
20.	02.04.2018	Утверждение внутреннего "Стандарта информационно-аналитической обеспеченности маркетинга организации"	2	[1],[2],[3],	Какие имеются основные требования к формированию и использованию маркетинговой информации?
21.	04.04.2018	Определение форм представления необходимой информации	2	[1],[2],[3],	Что такое Внутренние коммуникации Что такое Внешние коммуникации
22.	09.04.2018	Определение наиболее доступной формы представления необходимой информации	<u>2</u>	[1],[2],[3],	Что в себя включает структура МИС? Что понимается Под системой внутренней отчетности
23.	11.04.2018	Составление плана-графика предоставления информации	2	[1],[2],[3],	Что такое Система сбора текущей внешней информации ? Что такое Система маркетинговых исследований ?
24.	16.04.2018	Рынок маркетинговых информационных систем	2	[1],[2],[3],	Что такое Система анализа маркетинговой информации ? Что является Характерной чертой современности?
25.	18.04.2018	Развитие корпоративных маркетинговых систем	2	[1],[2],[3],	Что понимается под информационными процессами? Какие имеются основные требования к формированию и использованию маркетинговой информации?
26.	23.04.2018	Развитие корпоративных маркетинговых систем	2	[1],[2],[3],	Что такое внутренние коммуникации ?
27.	25.04.2018	Задачи и структура логистической информационной системы	2	[1],[2],[3],	Что такое внешние коммуникации ?
28.	30.04.2018	Задачи и структура логистической информационной системы	2	[1],[2],[3],	Структура МИС включает в себя?

29.	02.05.2018	Классификация программных продуктов в области маркетинговых информационных систем организаций различных отраслей	2	[1],[2],[3],	Что понимается под системой внутренней отчетности?
30.	07.05.2018	Классификация программных продуктов в области маркетинговых информационных систем организаций различных отраслей	2	[1],[2],[3],	Что такое система сбора текущей внешней информации ?
			60		

Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Содержание работы	Кол. часов	Виды работ	дата контроля
1.	Общие сведения о теории информации, информационных систем и технологий	2	Выполнение лабораторных работ	19.02.2018- 24.02.2018
2.	Внутренняя и внешняя маркетинговая среда организации	2	Выполнение лабораторных работ	
3.	Циклическая информационная модель маркетинговой деятельности организации	2	Выполнение лабораторных работ.	
4.	Подходы к определению понятия "маркетинговая информационная система"	2	Выполнение лабораторных работ	
5.	Структурно-функциональный анализ существующих моделей маркетинговых информационных систем	2	Выполнение лабораторных работ	
6.	Маркетинговая информация: классификация видов, источники и поставщики	2	Выполнение лабораторных работ	
7.	Модель маркетинговой и информационной системы на основе комплекса маркетинга	2	Выполнение лабораторных работ	
8.	Моделирование процессов информационного обеспечения маркетинговой деятельности на основе маркетинговых информационных систем	2	Выполнение лабораторных работ	
9.	Современные направления развития информационных технологий в маркетинге	2	Выполнение лабораторных работ.	
10.	Эволюция информационных технологий	2	Выполнение лабораторных работ	

11.	Сетевые технологии для решения задач маркетинга	2	Выполнение лабораторных работ	26.03.2018- 31.03.2018
12.	Классификация телекоммуникационных вычислительных сетей	2	Выполнение лабораторных работ	
13.	Локальные и глобальные сети Интернет и интранет Корпоративные информационные системы	2	Выполнение лабораторных работ	
14.	Планирование ресурсов организации	2	Выполнение лабораторных работ	
15.	Комплекс Oracle ERP Управление взаимоотношениями с клиентами	2	Выполнение лабораторных работ.	
16.	Центр взаимодействий с клиентами Altitude CRM	2	Выполнение лабораторных работ	
17.	Перспективы развития информационных технологий	2	Выполнение лабораторных работ	
18.	Определение ответственного за информационно-аналитическое обеспечение маркетинга	2	Выполнение лабораторных работ	
19.	Выявление постоянных информационных потребностей маркетинга организации	2	Выполнение лабораторных работ	
20.	Утверждение внутреннего "Стандарта информационно-аналитической обеспеченности маркетинга организации"	2	Выполнение лабораторных работ	
21.	Определение форм представления необходимой информации	2	Выполнение лабораторных работ.	30.04.2018- 05.05.2018
22.	Определение наиболее доступной формы представления необходимой информации	2	Выполнение лабораторных работ	
23.	Составление плана-графика предоставления информации	2	Выполнение лабораторных работ	
24.	Рынок маркетинговых информационных систем	2	Выполнение лабораторных работ.	
25.	Развитие корпоративных маркетинговых систем	2	Выполнение лабораторных работ	
26.	Развитие корпоративных маркетинговых систем	2	Выполнение лабораторных работ	
27.	Задачи и структура логистической информационной системы	2	Выполнение лабораторных работ	

28.	Задачи и структура логистической информационной системы	2	Выполнение лабораторных работ
29.	Классификация программных продуктов в области маркетинговых информационных систем организаций различных отраслей	2	Выполнение лабораторных работ
30.	Классификация программных продуктов в области маркетинговых информационных систем организаций различных отраслей	2	Выполнение лабораторных работ.
	Итого	60	

График самостоятельной работы студентов

№	Недели Месяцы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Суммы баллов
		Февраль				Март						Апрель, Май						
1	Текущий контроль	10				15						15						40 баллов
2	Срок сдачи СРС*	19.02.2018- 24.02.2018				26.03.2018- 31.03.2018						30.04.2018- 05.05.2018						