

УТВЕРЖДАЮ
и.о. Декан факультета *Р*
Шматко А. Д.
(подпись) ФИО
« 31 » 05 20 22

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОМ

Направление/специальность подготовки	27.05.01 Специальные организационно-технические системы
Специализация/профиль/программа подготовки	Внешнее проектирование и эффективность авиационных и ракетных организационно-технических систем
Уровень высшего образования	Специалитет
Форма обучения	Очная
Факультет	А Ракетно-космической техники
Выпускающая кафедра	А1 РАКЕТОСТРОЕНИЕ
Кафедра-разработчик рабочей программы	Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)									ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
			ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
4	7	3	108	51	34	0	17	57	0	0	57	зач.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)**

27.05.01 Специальные организационно-технические системы

год набора группы: 2022

Программу составил:

Кафедра Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ
Стешин Василий Анатольевич, старший преподаватель



Программа рассмотрена
на заседании кафедры-разработчика
рабочей программы **Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**

Заведующий кафедрой Шматко А.Д., д.э.н., проф.



Программа рассмотрена
на заседании выпускающей кафедры

А1 РАКЕТОСТРОЕНИЕ

Заведующий кафедрой Бородавкин В.А., д.т.н., проф.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОМ

Разделы рабочей программы

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложения к рабочей программе дисциплины

- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПСК-06 — способен обосновывать разработку функциональной структуры и выбор принципов организации технического, программного и информационного обеспечения проектирования специальных ОТС

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

ПСК-06

знания:

Основные сведения о маркетинговых информационных системах и принципы работы с ними;

умения:

Правильно планировать все мероприятия по проектированию информационной системы маркетинга и эффективно организовывать их осуществление;

навыки:

Формулировать цели и задачи исследований при разработке и внедрении маркетинговых информационных систем.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОМ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению *27.05.01 Специальные организационно-технические системы*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **ЭКОНОМИКА**.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **МАРКЕТИНГ РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКИХ УСЛУГ**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- УК-10 — Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
- УК-11 — Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПСК-06
4	7	Раздел 1. Сущность, структура и состав информационной системы маркетинга. Информационные системы маркетинга - предмет и его содержание. Структура и состав информационной системы маркетинга.	21	10	7	3	11	20
4	7	Раздел 2. Информационное и техническое обеспечение автоматизированных информационных систем. Система маркетинговой информации. Первичная и вторичная маркетинговая информация, их источники. Классификация информационного обеспечения информационной системы, состав и требования к информационному обеспечению систем.	21	10	7	3	11	20
4	7	Раздел 3. Основные аналитические технологии в поддержке принятия решений в сфере маркетинга. Причины автоматизации информационных процессов в производстве, управлении, маркетинге. Автоматизированные технологии (АИТ) и системы (АИС) в маркетинге, их классификация. Задачи АИТ маркетинга.	22	11	7	4	11	20
4	7	Раздел 4. Программные продукты в маркетинге. Управление комплексом маркетинга на основе концепции CRM (Customer Relationship Management).	23	12	7	5	11	20
4	7	Раздел 5. Электронная коммерция и интернет-маркетинг. Принципы электронной коммерции: Теоретические аспекты новой экономики и электронной коммерции: понятийный аппарат. Интернет как новая информационная среда. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. Электронная коммерция Виртуальное маркетинговое пространство и технологии Интернет в маркетинге.	21	8	6	2	13	20
Всего за 7 семестр			108	51	34	17	57	100
Всего по дисциплине			108	51	34	17	57	100

3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Сущность, структура и состав информационной системы маркетинга.	Маркетинговые информационные системы.	3
2	Раздел 2. Информационное и техническое обеспечение автоматизированных информационных систем.	Информационные потребности службы маркетинга предприятия.	3
3	Раздел 3. Основные аналитические технологии в поддержке принятия решений в сфере маркетинга.	Презентация кейсов по теме: "Основные аналитические технологии в поддержке принятия решений в сфере маркетинга".	4
4	Раздел 4. Программные продукты в маркетинге.	Виды и отличия CRM - систем.	5
5	Раздел 5. Электронная коммерция и интернет-маркетинг.	Электронная коммерция и интернет-бизнес.	2
Всего за 7 семестр			17

3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 1. Сущность, структура и состав информационной системы маркетинга.	Подготовка к дискуссии.	11
2	Раздел 2. Информационное и техническое обеспечение автоматизированных информационных систем.	Чтение дополнительной литературы. Подготовка к дискуссии.	11
3	Раздел 3. Основные аналитические технологии в поддержке принятия решений в сфере маркетинга.	Подготовка кейсов.	11
4	Раздел 4. Программные продукты в маркетинге.	Подготовка докладов.	11

5	Раздел 5. Электронная коммерция и интернет-маркетинг.	Подготовка к деловой игре.	13
Всего за 7 семестр			57

4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

СЕМЕСТР	НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
7				Дисск.		ДР			Докл	ДР						ДР	зач.

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- Дисск. – дискуссия;
- ТекК – вопросы для текущего контроля;
- Докл – доклад;
- Дел. игр – деловая игра;
- зач. – зачет.

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- дискуссия;
- вопросы для текущего контроля;
- доклад;
- деловая игра.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- зачет.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература по дисциплине:

1. А. И. Стешин. . Информационные системы в маркетинге. СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2009, эл. рес.
2. А. И. Стешин. . Информационные системы в бизнесе. СПб.: Palmarium Academic Publishing, 2018, эл. рес.
3. А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе. СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016, 66 экз.

5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

не требуется.

5.3. Периодические издания:

не требуются.

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=474 —
Фундаментальная библиотека БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

Современные профессиональные базы данных:

1. <https://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. <https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «Киберленинка»;
<http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library> - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457 - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. <http://www.consultant.ru/>- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

5.5. Программное обеспечение:

не требуется.

5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Лекционные занятия:

специализированные требования по оборудованию отсутствуют; аудитория с посадочными местами по количеству студентов; доска.

6.2. Практические занятия:

1. Проектор.

6.3. Прочее:

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

Аннотация рабочей программы

Дисциплина **ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОМ** является дисциплиной **части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1**, программы подготовки по направлению 27.05.01 *Специальные организационно-технические системы*. Дисциплина реализуется на факультете Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:
ПСК-06 способен обосновывать разработку функциональной структуры и выбор принципов организации технического, программного и информационного обеспечения проектирования специальных ОТС.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основными понятиями и составляющими информационной системы маркетинга, вопросами информационно-технического обеспечения автоматизированных информационных систем, технологий поддержки принятия решений и решения маркетинговых задач в корпоративных информационных системах.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- дискуссия;
- вопросы для текущего контроля;
- доклад;
- деловая игра.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., **108 ч.** Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (**34 ч.**), практические занятия (**17 ч.**), самостоятельная работа студента (**57 ч.**).

ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 ч., из них 51 ч. аудиторных занятий, и 57 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

Наименование работы	Рекомендуемая литература	Трудоемкость, час.
Раздел 1. Сущность, структура и состав информационной системы маркетинга.		
Подготовка к дискуссии.	А. И. Стешин. . Информационные системы в маркетинге: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2009 (1, 2, 3)	11
Итого по разделу 1		11
Раздел 2. Информационное и техническое обеспечение автоматизированных информационных систем.		
Чтение дополнительной литературы. Подготовка к дискуссии.	А. И. Стешин. . Информационные системы в маркетинге: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2009 (1, 2, 3)	11
Итого по разделу 2		11
Раздел 3. Основные аналитические технологии в поддержке принятия решений в сфере маркетинга.		
Подготовка кейсов.	А. И. Стешин. . Информационные системы в маркетинге: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2009 (1, 2, 3)	11
Итого по разделу 3		11
Раздел 4. Программные продукты в маркетинге.		
Подготовка докладов.	А. И. Стешин. . Информационные системы в бизнесе: СПб.: Palmarium Academic Publishing, 2018 (1, 2, 3)	11
Итого по разделу 4		11
Раздел 5. Электронная коммерция и интернет-маркетинг.		
Подготовка к деловой игре.	А. И. Стешин. . Интернет-технологии в бизнесе: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2016 (1, 2, 3)	13
Итого по разделу 5		13

ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонды оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- дискуссия;
- вопросы для текущего контроля;
- доклад;
- деловая игра;
- зачет.

Критерии оценивания

Диагностическая работа

Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

Дискуссия

Оцениваемые показатели.

1. соответствие содержания ответа обсуждаемому вопросу: - соответствует - не соответствует.
2. логическая последовательность его изложения
3. аргументированность и обоснованность ответа
4. наличие собственных суждений по проблеме
5. лаконичное и грамотное изложение материала
6. поиск новых идей и выдвижение контридей в процессе обсуждения

Вопросы для текущего контроля

- ответ засчитывается – студент демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминологией, логично и последовательно объясняет сущность, явлений и процессов, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

- ответ не засчитывается – студент демонстрирует незнание теоретических основ предмета, несформированные навыки анализа явлений и процессов, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминологией, проявляет отсутствие логичности и последовательностью изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на занятии.

Доклад

Оценка 5 ставится, если выполнены все требования к написанию доклада: тема раскрыта полностью, сформулированы выводы, выдержан объём, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка 4 – основные требования к докладу выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём доклада; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствует вывод.

Оценка 2 – тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы либо работа студентом не представлена.

Деловая игра

Активность участника, умение оперировать теоретическими знаниями.

Зачет

Обучающийся имеет право на получение минимальной положительной оценки при условии успешного прохождения текущего контроля успеваемости в форме диагностической работы в соответствии с графиком раздела 4.

- а) студент свободно, достаточно подробно излагает изученный материал, демонстрирует понимание информационных процессов по всем пройденным темам, пользуется терминологией - 10 баллов;
- б) студент, в целом, владеет изученным материалом, но не достаточно полно демонстрирует понимание процессов по пройденным темам, мало пользуется терминологией - 6 баллов;
- в) студент слабо владеет изученным материалом, плохо понимает процессы, практически не пользуется терминологией - 3 балла;
- г) ответ, не соответствующий требованиям пунктов а), б) и в), - 0 баллов.- оценка «не зачтено»
- Для получения зачета необходимо набрать не менее 6 баллов.

Паспорт фонда оценочных средств

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %	НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПСК-06	
4	7	Раздел 1. Сущность, структура и состав информационной системы маркетинга.	21	10	7	3	11	20	Дискуссия
4	7	Раздел 2. Информационное и техническое обеспечение автоматизированных информационных систем.	21	10	7	3	11	20	Вопросы для текущего контроля
4	7	Раздел 3. Основные аналитические технологии в поддержке принятия решений в сфере маркетинга.	22	11	7	4	11	20	Вопросы для текущего контроля
4	7	Раздел 4. Программные продукты в маркетинге.	23	12	7	5	11	20	Доклад
4	7	Раздел 5. Электронная коммерция и интернет-маркетинг.	21	8	6	2	13	20	Деловая игра
Всего за 7 семестр			108	51	34	17	57	100	
Всего по дисциплине			108	51	34	17	57	100	