

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 18.06.2024 12:59:20  
Уникальный программный ключ:  
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447



**Образовательное частное учреждение высшего образования**  
**«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»**  
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

**Институт международной экономики, лидерства и менеджмента**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор института  
международной экономики,  
лидерства и менеджмента  
\_\_\_\_\_ А.А. Панарин  
«07» июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ**

**Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика**  
**(уровень бакалавриат)**

**Направленность (профиль):**  
**«Цифровая трансформация бизнеса»**

**Форма обучения: очная**

**Москва**

Рабочая программа дисциплины «Информационный маркетинг». Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, направленность (профиль): «Цифровая трансформация бизнеса» / Т.Л. Мищенко – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова. – 20 с.

Рабочая программа бакалавриата составлена на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Минобрнауки России от 29.07.2020 N 838 (ред. от 26.11.2020) "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика" (Зарегистрировано в Минюсте России 19.08.2020 N 59325), согласована и рекомендована к утверждению.

Разработчики:	<u>Кандидат экономических наук, доцент Мищенко Т.Л. Назарова Н.А., к.э.н., доцент, заместитель</u>
Ответственный рецензент:	<u>руководителя департамента налогов и налогового администрирования Финансового университета при Правительстве Российской Федерации</u> <i>(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)</i>

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Цифровой экономики и инновационной деятельности 07.06.2024г., протокол №10

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ /А.А. Панарин/  
(подпись)

Согласовано от Библиотеки \_\_\_\_\_ /О.Е. Степкина/  
(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Информационный маркетинг» является формирование знаний об информационном маркетинге как системе управления, а также умений использования маркетинговых подходов и методов для активизации деятельности предприятий и решения профессионально-ориентированных задач.

Задачи, решаемые в ходе освоения программы дисциплины:

- освоение теоретических основ интернет-маркетинга, его принципов и функций;
- ознакомление обучающихся с целями, объектами, методами и моделями организации маркетинговых исследований в сети интернет;
- освоение условий функционирования предприятий, умение выявить его конкурентные преимущества, сформировать конкурентную стратегию;
- научение принципам осуществления ситуационного анализ, на основании которого разрабатываются стратегии интернет-маркетинговой деятельности.

## РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-16.	Способен определять возможности достижения соответствия ИС первоначальным требованиям заказчика на этапе предконтрактных работ	<b>ИПК-16.1 Знать:</b> Методики описания и моделирования бизнес-процессов, средства моделирования бизнес-процессов Системы классификации и кодирования информации, в том числе присвоения кодов документам и элементам справочников Отраслевая нормативно-техническая документация Источники информации, необходимой для профессиональной деятельности при выполнении работ и управлении работами по созданию (модификации) и сопровождению ИС Лучшие практики создания (модификации) и сопровождения ИС в экономике Принципы формирования и механизмы рыночных процессов организации Основы менеджмента, в том числе менеджмента качества Основы бухгалтерского учета и отчетности организаций Основы налогового законодательства Российской Федерации Основы управленческого учета Основы финансового учета и бюджетирования Основы международных стандартов финансовой отчетности Основы управления торговлей, поставками и запасами Основы организации производства <b>ИПК-16.2 Уметь:</b> Проводить презентации заинтересованным сторонам в рамках выполнения работ и управления работами по созданию (модификации) и сопровождению ИС <b>ИПК-16.3 Владеть:</b> Навыками определения возможности достижения соответствия ИС первоначальным требованиям

**РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Дисциплина «Информационный маркетинг» изучается в 5 семестре, относится к Б1.В. Части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, Блока Б.1 «Дисциплины (модули)».

**РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ  
(ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)**

**Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы  
очная форма обучения**

Семестр 5										
з.е.	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
4	144	18		36				54		36 экзамен

**Тематический план дисциплины****Очная форма обучения**

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
5 семестр								
Тема 1. Особенности маркетинга в сети Интернет	4		8		12			23
Тема 2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов.	4		7		12			23
Тема 3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы.	4		7		10			21
Тема 4 Web-	3		7		10			20

аналитика								
Тема 5 Организа ция продвижен ия в Интернет.	3		7		10			20
Экзамен							36	36
<b>Всего часов</b>	<b>18</b>		<b>36</b>		<b>54</b>		<b>36</b>	<b>144</b>

### Структура и содержание дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание темы
1	Тема 1. Особенности маркетинга в сети Интернет	Изучаемые вопросы: 1. Персонализация в маркетинге 2. Глобальная сеть как универсальный телекоммуникационный канал 3. Ресурсы сети Вопросы для самостоятельного изучения: 1. Аудитория Рунет. 2. Социальные сети
2	Тема 2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов.	Изучаемые вопросы: 1. Опросы в сети. Сервисы опросов. 2. Планирование `полевых` исследований в сети. 3. Средства для составления анкет и сбора данных. Вопросы для самостоятельного изучения: 1. Информационная безопасность при проведении маркетинговых исследований
3	Тема 3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы.	Изучаемые вопросы: 1. Поисковые средства сети. 2. Специальные поисковые системы. Вопросы для самостоятельного изучения: 1. Поиск по нетекстовой информации. 2. Поиск маркетинговой информации в блогсфере. 3. Сервисы для автоматизации процессов поиска.
4	Тема 4 Web-аналитика	Изучаемые вопросы: 1. Необходимость проведения Web-аналитики 2. Основные понятия Web-аналитики 3. Яндекс.Метрика или Google.Analytics 4. Показатели для анализа трафика и поведения посетителей на сайте. 5. Анализ эффективности сайта. Вопросы для самостоятельного изучения: 1. Дашборды и чек-листы. 2. Технический аудит сайта
5	Тема 5 Организация продвижения в Интернет.	Изучаемые вопросы: 1. Методы рекламы в сети Интернет. 2. Контекстная реклама. 3. Медийная реклама. 4. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет. 5. Разработка проекта сетевого дневника для продвижения товара, услуги или идеи.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание темы
		6. Поиск дневников-аналогов и сравнение характеристик. 7. Анализ служб поддержки дневников и выбор блог-хостинга. 8. Создание прототипа сетевого дневника. Вопросы для самостоятельного изучения: 1. Другие инструменты продвижения, используемые в сети. 2. Связи с общественностью. 3. Продвижение в социальных сетях 4. Сетевые дневники. 5. Планирование продвижения сайта сетевого дневника в сети. 6. Подготовка отчета по эффективности сетевого дневника

**Занятия семинарского типа  
(Практические занятия, Семинарские занятия, Лабораторные занятия)**

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия. Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

**Тема 1. Особенности маркетинга в сети Интернет**

***Вопросы и/или задания***

1. Какие особенности и преимущества интернет-маркетинга по сравнению с традиционными формами маркетинга?
2. Какие инструменты и методы интернет-маркетинга существуют и как они работают?
3. Как анализировать и измерять эффективность интернет-маркетинговых кампаний?
4. Как создать и оптимизировать контент для интернет-маркетинга?
5. Как использовать социальные сети и мессенджеры для продвижения бренда и привлечения клиентов?
6. Как обеспечить безопасность и защиту данных при проведении интернет-маркетинговых кампаний?
7. Как адаптировать интернет-маркетинговые стратегии для различных типов бизнеса и отраслей?

**Тема 2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов.**

***Вопросы и/или задания***

1. Какие инструменты и методы маркетинговых исследований в сети существуют для проведения опросов?
2. Как выбрать подходящий метод проведения опросов в сети?
3. Как разработать эффективный опросник для сбора информации в сети?
4. Как обеспечить репрезентативность выборки при проведении опросов в сети?
5. Как избежать ошибок и недостоверности данных при проведении опросов в сети?
6. Как анализировать и интерпретировать результаты опросов в сети?
7. Как использовать результаты опросов в сети для принятия бизнес-решений?

8. Как обеспечить конфиденциальность и защиту данных при проведении опросов в сети?

### **Тема 3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы.**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Какие инструменты и методы маркетинговых исследований в сети используются для анализа поисковых систем?
2. Как выбрать подходящий инструмент для анализа поисковых систем в сети?
3. Как собрать и анализировать данные о поисковых запросах и поведении пользователей в поисковых системах?
4. Как определить эффективность и релевантность поисковых запросов и результатов в поисковых системах?
5. Как использовать данные о поисковых системах для оптимизации контента и улучшения поисковой видимости бренда?
6. Как измерить и оценить влияние оптимизации поисковых систем на бизнес-показатели и результаты?

### **Тема 4 Web-аналитика**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Какие инструменты и методы web-аналитики существуют и как они работают?
2. Как установить и настроить web-аналитический инструмент на сайте?
3. Как собирать и анализировать данные о посетителях и их поведении на сайте?
4. Как определить и измерить эффективность и результативность маркетинговых кампаний и каналов привлечения трафика?
5. Как проводить A/B-тестирование и измерять его результаты?
6. Как анализировать и интерпретировать данные о поведении пользователей на сайте?
7. Как использовать данные web-аналитики для оптимизации контента и улучшения пользовательского опыта на сайте?

### **Тема 5 Организация продвижения в Интернет.**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Какие инструменты и методы продвижения в Интернете существуют и как они работают?
2. Как выбрать подходящую стратегию продвижения для конкретного бизнеса или бренда?
3. Как разработать и оптимизировать контент для продвижения в Интернете?
4. Как использовать социальные сети и мессенджеры для продвижения бренда и привлечения клиентов?
5. Как проводить рекламные кампании в Интернете и оптимизировать их эффективность?
6. Как измерить и оценить результаты продвижения в Интернете и его влияние на бизнес-показатели?

## **РАЗДЕЛ 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### **САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Наряду с чтением лекций и проведением семинарских занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы бакалавра. Формы самостоятельной работы, обучаемых могут быть разнообразными. Самостоятельная работа включает: изучение литературы, веб-ресурсов, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем.

#### **Самостоятельная работа**

<b>Наименование разделов/тем</b>	<b>Виды занятий для самостоятельной работы</b>
----------------------------------	--

<b>Наименование разделов/тем</b>	<b>Виды занятий для самостоятельной работы</b>
Тема 1. Особенности маркетинга в сети Интернет	<ul style="list-style-type: none"> <li>- усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции;</li> <li>- выполнение устных упражнений;</li> </ul>
Тема 2 Маркетинговые исследования в сети: проведение опросов.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции;</li> <li>- выполнение письменных упражнений и практических работ;</li> </ul>
Тема 3 Маркетинговые исследования в сети: поисковые системы.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции;</li> <li>- выполнение творческих работ;</li> </ul>
Тема 4 Web-аналитика	<ul style="list-style-type: none"> <li>- усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции;</li> <li>- участие в проведении научных экспериментов, исследований;</li> </ul>
Тема 5 Организация продвижения в Интернет.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции;</li> <li>- работа в помещениях, оснащенных специальным компьютерами и иным оборудованием;</li> </ul>

### **5.1 Темы эссе**

1. Введение в информационный маркетинг: определение, цели и стратегии.
2. Роль и значение контента в информационном маркетинге.
3. Анализ и сегментация целевой аудитории в информационном маркетинге.
4. Использование социальных сетей и мессенджеров в информационном маркетинге.
5. Эффективность и результативность информационного маркетинга: оценка и измерение.
6. Интеграция информационного маркетинга с другими маркетинговыми и бизнес-стратегиями.
7. Технологические инструменты и платформы информационного маркетинга: обзор и сравнение.
8. Управление репутацией и обратная связь в информационном маркетинге.
9. Тренды и инновации в информационном маркетинге: анализ и перспективы.
10. Этические и социальные аспекты информационного маркетинга: влияние на потребителей и общество.

### **5.2. Примерные задания для самостоятельной работы**

#### **Практическая работа 1. Формулировка стратегии, цели и задачи интернет-маркетинга (2ч.)**

##### **Порядок выполнения работы:**

1. Сформулировать бизнес-идею для которой в дальнейшем будут разрабатываться основные элементы интернет-маркетинга.
2. Кратко охарактеризовать основные особенности вашего бизнеса (какие товары/услуги предлагаете, где территориально располагаетесь, какой охват рынка (масштаб деятельности) и т.д., то есть все отличительные черты (уникальность) бизнеса).
3. Сформулировать миссию, стратегическую цель и задачи деятельности вашей организации.

4. Описать позиционирование организации (как клиенты воспринимают нашу организацию, что мы в сознании целевой группы потребителей).
5. Сегментирование целевой аудитории (на кого конкретно нацелена наша организация)
6. Сформулировать цели и задачи электронного маркетинга (интернет-маркетинга).

### **Практическая работа 2. Анализ конкурентов в интернете (2ч.)**

#### **Порядок выполнения работы:**

1. Поиск прямых и косвенных конкурентов. Сформировать список из 2-3 конкурентов каждой группы.
2. Сформулировать параметры, по которым будем анализировать наших конкурентов.
3. Провести анализ сервиса конкурентов.
4. Провести анализ истории развития конкурентов.
5. Проанализировать конкурентов с использованием специализированных интернет-сервисов (не всех, что представлены в видео-уроке, а по возможности). Провести анализ поискового маркетинга, контекстной рекламы, блога конкурентов, социальных сетей, поисковых систем, отзывов о конкурентах.
6. Провести анализ сайта конкурентов.
7. Подвести итоги по всем конкурентам (удобнее в Excel) и выписать интересные идеи которые можно применить у себя.

### **Практическая работа 3. Проведение технического аудита сайта (2ч.)**

#### **Порядок выполнения работы:**

1. Оценить скорость работы сайта (скорость генерации страниц и доступность под нагрузкой, стабильность сервера).
2. Скорость загрузки страницы (валидность HTML-кода, количество CSS, количество JS, сжаты ли изображения, есть ли GIF-распорки, кэширующие HTTP-заголовки, сжатие Gzip, ошибки 4xx, 5xx)
3. Скорость отображения страницы (количество элементов DOM, анимация таблиц, выражения (expression) в CSS, фильтры в CSS, корректность воспроизведения flash– роликов) /
4. Анализ структуры сайта (отсутствие бесконечных ссылок, наличие Sitemap.xml, правильное распределение веса, уровень вложенности страниц, кэширующие заголовки, ссылки на неиндексируемые страницы, битые ссылки).
5. Анализ кода страницы (уникальные <title>, метатеги <meta>, использование <noindex>, теги картинок <alt>, исходящие ссылки в новом окне и в rel="nofollow", уникальный контент, верстка контента: заголовки, абзацы).
6. Дополнительные проверки (текстовый спам, слабовидимый текст, аффилированные домены, результаты поиска не индексируются, несуществующие страницы 404, страницы с дублирующимся контентом, проверка на наличие в индексе, сниппет (фавикон, адрес, быстрые ссылки, время работы), внешние ссылки).
7. Usability аудит (отработка сценариев на сайте, кроссбраузерность, адаптивность под мобильные, нет пустых страниц на сайте, единый стиль оформления, дизайн)

### **Практическая работа 4,5 Поисковая оптимизация - маркетинговый подход (4ч.)**

#### **Порядок выполнения работы:**

1. На основании целей интернет-маркетинга, формирование целей поискового маркетинга.
2. Формирование показателей эффективности для измерения достижения, поставленных целей поискового маркетинга.
3. Предложение идей по реализации поискового маркетинга для сформированного спроса.
4. Предложение идей по реализации поискового маркетинга для несформированного спроса.

### **Практическая работа 6. Разработка контент-рекламы (2ч.)**

#### **Порядок выполнения работы:**

Разработать элементы контент-рекламы таким образом, чтобы они вписывались в нашу общую маркетинговую стратегию.

1. Сформулировать цели контент-маркетинга.
2. Выбрать каналы распространения контента.
3. Выбрать типы контента под каждый канал с кратким описанием содержания (про что контент).
4. Разработать операционный план.

### **Практическая работа 7. Разработка стратегии интернет-маркетинг (2ч.)**

#### **Порядок выполнения работы:**

1. Разработать план действий интернет-маркетинга по каждому шагу жизненного цикла клиента:
  - а) на стадии формирования потребностей;
  - б) на стадии поиска решения проблемы;
  - в) на стадии сбора информации;
  - г) на стадии первичного ознакомления;
  - д) на стадии приобретения продукции;
  - е) на стадии использования;
  - ж) на стадии положительных впечатлений;
  - з) на стадии рекомендации знакомым.
2. Разработать какую и в каком объеме необходимо вести аналитику по каждому каналу продвижения продукции.

### **Практическая работа 8. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель (2ч.)**

#### **Порядок выполнения работы:**

Уяснить цель создания дневника, определить целевую аудиторию, для которой создается дневник.

### **Практическая работа 9. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель (2ч.)**

#### **Порядок выполнения работы:**

Изучить блог-сферу и найти места коммуникации целевой аудитории, выбрать формат дневника (кто ведёт дневник, от чьего имени)

### **Практическая работа 10. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель (2ч.)**

#### **Порядок выполнения работы:**

Определить функционал дневника для целевой аудитории, разработать дизайн первой страницы и страниц с постами.

## **РАЗДЕЛ 6. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **6.1. ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ ТРЕБУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ), ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ В ТАБЛИЦЕ**

<b>Индикаторы компетенций в соответствии с основной образовательной программой</b>	<b>Типовые вопросы и задания</b>	<b>Примеры тестовых заданий</b>
--	----------------------------------	---------------------------------

<b>ПК-16. Способен определять возможности достижения соответствия ИС первоначальным требованиям заказчика на этапе предконтрактных работ</b>		
ИПК-16.1	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-16.2	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-16.3	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

## **6.2. Типовые вопросы и задания**

### **Перечень вопросов**

1. Персонализация в маркетинге
2. Глобальная сеть как универсальный телекоммуникационный канал
3. Ресурсы сети
4. Аудитория Рунет
5. Социальные сети
6. Опросы в сети Сервисы опросов
7. Планирование «полевых» исследований в сети
8. Средства для составления анкет и сбора данных
9. Поисковые средства сети
10. Специальные поисковые системы
11. Поиск по нетекстовой информации
12. Поиск маркетинговой информации в блогсфере
13. Сервисы для автоматизации процессов поиска
14. Информационная безопасность при проведении маркетинговых исследований
15. Показатели для анализа трафика и поведения посетителей на сайте
16. Анализ эффективности сайта
17. Технический аудит сайта
18. Методы рекламы в сети Интернет
19. Контекстная реклама
20. Медийная реклама
21. Планирование рекламных кампаний в сети Интернет
22. Другие инструменты продвижения, используемые в сети
23. Связи с общественностью
24. Продвижение в социальных сетях
25. Сетевые дневники
26. Разработка проекта сетевого дневника для продвижения товара, услуги или идеи
27. Поиск дневников-аналогов и сравнение характеристик
28. Анализ служб поддержки дневников и выбор блог-хостинга
29. Создание прототипа сетевого дневника
30. Планирование продвижения сайта сетевого дневника в сети
31. Подготовка отчета
32. Формулировка стратегии, цели и задачи интернет-маркетинга
33. Анализ конкурентов в интернете
34. Проведение технического аудита сайта
35. Поисковая оптимизация – маркетинговый подход
36. Разработка рекламных каналов в сети
37. Разработка контент-рекламы
38. Разработка стратегии интернет-маркетинга
39. Разработка концепции сетевого дневника, имеющего заданную цель
40. Цель создания дневника
41. Целевая аудитория, для которой создается дневник
42. Блог-сфера и место коммуникации целевой аудитории

- 43. Формат дневника
- 44. Функционал дневника для целевой аудитории,
- 45. Дизайн первой страницы и страниц с постами

### 6.3. Примерные тестовые задания

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находятся в электронной информационной образовательной среде и включает более 60 заданий из которых в случайном порядке формируется тест, состоящий из 20 заданий.

Компетенции	Типовые вопросы и задания
ПК-16	<p><b>1.</b> Какие преимущества может принести информационный маркетинг для бизнеса?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Увеличение узнаваемости бренда и привлечение новых клиентов.</li> <li>b) Установление долгосрочных отношений с клиентами.</li> <li>c) Увеличение продаж и доходов.</li> <li>d) Все вышеперечисленное.</li> </ul> <p><b>2.</b> Какие навыки и знания необходимы для успешного информационного маркетинга?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Знание целевой аудитории и ее потребностей.</li> <li>b) Умение создавать и распространять ценный контент.</li> <li>c) Умение анализировать и измерять результаты маркетинговых кампаний.</li> <li>d) Все вышеперечисленное.</li> </ul> <p><b>3.</b> Компания XYZ занимается продажей спортивных товаров онлайн. Ваша задача - проанализировать текущие маркетинговые стратегии компании XYZ и ответить на следующие вопросы: 1. Какие инструменты и методы информационного маркетинга использует компания XYZ для привлечения и удержания клиентов? 2. Какие преимущества может принести информационный маркетинг компании XYZ для увеличения продаж и доходов?</p>

### 6.4. Оценочные шкалы

#### 6.4.1. Оценивание текущего контроля

Целью проведения текущего контроля является достижение уровня результатов обучения в соответствии с индикаторами компетенций.

Текущий контроль может представлять собой письменные индивидуальные задания, состоящие из 5/3 вопросов или в форме тестовых заданий по изученным темам до проведения промежуточной аттестации. Рекомендованный планируемый период проведения текущего контроля за 6/3 недели до промежуточной аттестации.

#### Шкала оценивания при тестировании

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-70%

#### Шкала оценивания при письменной работе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Не зачтено	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу</li> </ul>

#### 6.4.2. Оценивание самостоятельной письменной работы (контрольной работы, эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления
2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

#### Шкала оценивания контрольной работы и эссе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	<p>Обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Не зачтено	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу</li> </ul>

#### 6.4.3. Оценивание ответов на вопросы и выполнения заданий промежуточной аттестации

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

#### Шкала оценивания на экзамене, зачете с оценкой

Оценка	Критерии выставления оценки
--------	-----------------------------

Отлично	<p>Обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала;</li> <li>- исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал;</li> <li>- правильно формулировать определения;</li> <li>- продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой;</li> <li>- уметь сделать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>
Хорошо	<p>Обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать достаточно полное знание программного материала;</li> <li>- продемонстрировать знание основных теоретических понятий;</li> <li>- достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал;</li> <li>- продемонстрировать умение ориентироваться в литературе;</li> <li>- уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>
Удовлетворительно	<p>Обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Неудовлетворительно	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>

#### **Шкала оценивания на зачете**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
«Зачтено»	<p>Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.</p>
«Не зачтено»	<p>Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.</p>

#### **6.4.4. Тестирование**

##### **Шкала оценивания**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
---------------	------------------------------------

Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

## **6.5 МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.**

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки можно трактовать как автоматизированные умения, развитые и закреплённые осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимися практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д.

Устный опрос - это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала. Устный опрос может использоваться как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций (как и качества их формирования) в рамках самых разных форм контроля, таких как: собеседование, коллоквиум, зачет, экзамен по дисциплине. Устный опрос (УО) позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. УО обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Воспитательная функция УО имеет ряд важных аспектов: профессионально-этический и нравственный аспекты, дидактический (систематизация материала при ответе, лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный (радость от успешного прохождения собеседования) и др. Обучающая функция УО состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену. УО обладает также мотивирующей функцией: правильно организованные собеседование, коллоквиум, зачёт и экзамен могут стимулировать учебную деятельность студента, его участие в научной работе.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов (один или несколько правильных ответов).

Семинарские занятия. Основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных

заданий и качество усвоения знаний, умений, определяет уровень сформированности компетенций.

Коллоквиум может служить формой не только проверки, но и повышения производительности труда студентов. На коллоквиумах обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса, обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий, а также рефераты, проекты и иные работы обучающихся.

Доклад, сообщение - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Контрольная работа - средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Профессионально-ориентированное эссе – это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной профессионально-ориентированной проблеме.

Реферат - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Ситуационный анализ - это комплексный анализ ситуации, имевший место в реальной практике профессиональной деятельности специалистов. Комплексный анализ включает в себя следующие составляющие: причинно-следственный анализ (установление причин, которые привели к возникновению данной ситуации, и следствий ее развертывания), системный анализ (определение сущностных предметно-содержательных характеристик, структуры ситуации, ее функций и др.), ценностно-мотивационный анализ (построение системы оценок ситуации, ее составляющих, выявление мотивов, установок, позиций действующих лиц); прогностический анализ (разработка перспектив развития событий по позитивному и негативному сценарию), рекомендательный анализ (выработка рекомендаций относительно поведения действующих лиц ситуации), программно-целевой анализ (разработка программ деятельности для разрешения данной ситуации).

Творческое задание – это частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных научных областей, аргументировать собственную точку зрения, доказывать правильность своей позиции. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Деловая и/или ролевая игра - совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.

«Круглый стол», дискуссия – интерактивные оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Занятие может проводить по традиционной (контактной) технологии, либо с использованием телекоммуникационных технологий.

Проект - конечный профессионально-ориентированный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

## **РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

**Подготовка к учебному занятию лекционного типа.** С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

**Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа** заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

**Самостоятельная работа.** Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

**Подготовка к зачету, экзамену.** К зачету, экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

### **7.1. Методические рекомендации по написанию эссе**

Эссе (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники, авторитетные точки зрения и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

### **7.2. Методические рекомендации по использованию кейсов**

Кейс-метод (Case study) – метод анализа реальной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

### **7.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач**

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ документов, текстов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем;
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например, формулирование целей миссии, и т. п.).

## **РАЗДЕЛ 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### ***Основная литература<sup>1</sup>***

1. Мхитарян, С. В. Маркетинговые информационные системы : учебное пособие / С. В. Мхитарян. — Москва : Евразийский открытый институт, 2012. — 134 с. — ISBN 978-5-374-00595-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/10767.html>
2. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99365.html>
3. Мхитарян, С. В. Маркетинговые информационные системы : учебное пособие / С. В. Мхитарян. — Москва : Евразийский открытый институт, 2012. — 134 с. — ISBN 978-5-374-00595-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/10767.html>
4. Новиков, Д. А. Прикладные модели информационного управления : монография / Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили. — Москва : ИПУ РАН, 2004. — 129 с. — ISBN -. — Текст :

---

<sup>1</sup> Из ЭБС

- электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/8518.html>
5. Пономарева, Т. Н. Информационные системы маркетинга : учебное пособие / Т. Н. Пономарева, М. С. Старикова. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2015. — 244 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/66656.html>
6. Стешин, А. И. Информационные системы в маркетинге : учебное пособие / А. И. Стешин. — 2-е изд. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 180 с. — ISBN 978-5-4487-0384-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/79628.html>

### *Дополнительная литература<sup>2</sup>*

7. Акулич, И. Л. Маркетинг: практикум / И. Л. Акулич. — Минск : Вышэйшая школа, 2010. — 412 с. — ISBN 978-985-06-1865-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20086.html>
8. Управление маркетингом: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н. Д. Эриашвили, А. В. Коротков, И. М. Синяева [и др.] ; под редакцией А. В. Коротков, И. М. Синяева. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с. — ISBN 5-238-00883-X. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71205.html>
9. Акулич, И. Л. Маркетинг: практикум / И. Л. Акулич. — Минск : Вышэйшая школа, 2010. — 412 с. — ISBN 978-985-06-1865-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/20086.html>

*Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы*

#### **Интернет-ресурсы**

URL: <https://www.iprbookshop.ru/> – электронно-библиотечная система IPRsmart.

#### **Информационно-справочные и поисковые системы**

Справочная правовая система «КонсультантПлюс»: <http://www.con-sultant.ru>

#### **Современные профессиональные базы данных**

URL:<http://www.edu.ru/> – библиотека федерального портала «Российское образование»

URL:[http://www.prilib.ru](http://www.prilib.ru/) – Президентская библиотека

URL:[http://www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru/) – Национальная электронная библиотека

URL:<http://elibrary.rsl.ru/> – сайт Российской государственной библиотеки (раздел «Электронная библиотека»)

URL:<http://elib.gnpbu.ru/> – сайт Научной педагогической электронной библиотеки им. К.Д. Ушинского

*Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства*

#### **Комплект лицензионного программного обеспечения**

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

---

<sup>2</sup> Из ЭБС

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

### ***Программное обеспечение отечественного производства:***

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

## **РАЗДЕЛ 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### **ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	<u>Оборудование:</u> специализированная мебель (мебель аудиторная (40 столов, 80 стульев, доска аудиторная передвижная), стол преподавателя, стул преподавателя. <u>Технические средства обучения:</u> персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, плазменный экран ).
Помещение для самостоятельной работы	Специализированная мебель (10 столов, 10 стульев), персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета