

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) Вид образовательного стандарта и вид учебного плана: ФС - специалист ФГОС;

Направление подготовки – отделение «Маркетинг», очная форма обучения;

Наименование учебного плана: специальность 061500 «Маркетинг», квалификация: маркетолог.

Б) Информация о месте дисциплины в образовательном стандарте и учебном плане: ОПД-Ф – общепрофессиональные дисциплины, федеральный компонент; 3 курс; 6 семестр;

В) Перечень дисциплин, которые должны быть освоены до начала освоения данной дисциплины - «Информатика», «Экономика», «Основы маркетинга»;

Г) Общая трудоемкость – 116 часов;

Д) Форма промежуточной аттестации (зачет)

V. Формы проведения:

- аудиторные занятия – 64 часа, из них:
 - лекции – 32 часа;
 - практические занятия (семинары) – 32 часа;
 - самостоятельная работа – 52 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-
-------	--	--	-------------

		Аудиторная работа (с разбивкой по формам и видам)				роля
		Лек-ции	Практические занятия (семинары)	Лабораторная работа	Самостоятельная работа	
1.	Раздел. 1. Роль информационных систем в маркетинге Тема 1. Структура, состав и эффективность информационной системы маркетинга	4	2		4	
2.	Тема 2. Тенденции развития информационных систем и мультимедийных технологий	4	2		4	
3.	Тема 3. Виды информационных систем, их создание и оптимизация	4	4		6	Контрольная работа
4.	Тема 4. Характеристика и назначение технических средств информационных систем маркетинга	4	4		6	Тест
5.	Тема 5. Программные продукты в маркетинге	2	4		6	Промежуточная аттестация 1
6.	Раздел 2. Интернет-технологии в маркетинге. Тема 1. Компьютерные сети	2	2		4	
7.	Тема 2. Сетевая навигация	2	4		6	
8.	Тема 3. Функциональное назначение и ресурсы Интернет	2	4		6	Контрольная работа
9.	Тема 4. Технология Интернет в маркетинге и виртуальное маркетинговое пространство	4	2		4	Тест
10.	Тема 5. Электронная коммерция	4	4		6	Промежуточная аттестация 2

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:

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

- 1) знать:
 - сущность и структуру информационной системы маркетинга;
 - виды информационных систем маркетинга;
 - особенности маркетинговых информационных ресурсов;
 - особенности глобальной информационной сети Интернет и ее ресурсы, используемые в маркетинговой деятельности;
 - принципы и методы ведения электронной коммерции;
- 2) уметь:
 - проводить анализ маркетинговой информации;
 - осуществлять менеджмент информационных систем маркетинга;
 - применять техническое и программное обеспечение для решения маркетинговых задач;
 - использовать технологии Интернет в маркетинге и возможности виртуального маркетингового пространства;
- 3) владеть навыками:
 - разработки направлений рекламной компании по продвижению сайта;
 - оценки экономических характеристик информационных сетей;
 - оперирования информационными средствами сетевой коммерции.
 - обеспечения безопасности информационной системы маркетинга
 - использования компьютерных сетей и методов сетевой навигации

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.

Х. 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.	Кузьмин А.В. 957 с.	Компьютерные сети		Москва	Форум	2008			
3.	Лашманова Н.В.	Информационные системы маркетинга		СПб	СПбГУ П	2006			

Б. Дополнительная 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.	Бугорский В.И.	Сетевая экономика: Учебное пособие.		Москва	Финансы и статистика	2008			
2.	Власов А.В.	Интернет и электронная почта.		Москва	Эксмо	2008			
3.	Глушаков С.В.	Работа в сети Интернет.		Москва	АСТ	2008			
4.	Гуров Ф.	Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в сети.		Москва	Вершина	2008			
5.	Кобелев О.А.	Электронная коммерция.		Москва	ИТК Дашков и Ко	2008			
6.	Олифер В.Г.	Компьютерные сети.		СПб	Питер	2008			

		принципы, технологии, протоколы.							
7.	Перелет ова И.В.	Интернет- магазин от А до Я.		Мос- ква	Эксмо	2008			
8.	Рейнолд с 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.