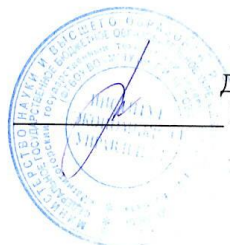




МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ИЭУ  
Н.Р. Бальнская

10.03.2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

***МЕТОДЫ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ИНФОРМАЦИОННОМ  
МАРКЕТИНГЕ***

Направление подготовки (специальность)  
38.03.01 Экономика

Направленность (профиль/специализация) программы  
Цифровой маркетинг

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения  
очная

Институт/ факультет	Институт экономики и управления
Кафедра	Государственного муниципального управления и управления персоналом
Курс	3
Семестр	6

Магнитогорск  
2021 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры  
Государственного муниципального управления и управления персоналом  
05.02.2021, протокол № 6

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.Р. Балынская

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЭиУ  
10.03.2021 г. протокол № 3

Председатель \_\_\_\_\_ Н.Р. Балынская

Согласовано:  
Зав. кафедрой Экономики

\_\_\_\_\_ А.Г. Васильева

Рабочая программа составлена:  
доцент кафедры ГМУиУП, канд. филос. наук \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Е.Г. Зиновьева

Рецензент:

начальник управления образования администрации города Магнитогорска,  
\_\_\_\_\_ Н.В. Сафонова

## Лист актуализации рабочей программы

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Государственного муниципального управления и

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.Р. Балынская

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Государственного муниципального управления и

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.Р. Балынская

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Государственного муниципального управления и

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.Р. Балынская

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Государственного муниципального управления и

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.Р. Балынская

### **1 Цели освоения дисциплины (модуля)**

изучение современных методов проведения задачи принятия решений в информационном маркетинге

### **2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина Методы принятия решений в информационном маркетинге входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Оценка эффективности управленческих решений

Методы принятия управленческих решений

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Информационные системы маркетинга

Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Производственная – преддипломная практика

### **3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения**

В результате освоения дисциплины (модуля) «Методы принятия решений в информационном маркетинге» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ПК-2	Способен организовывать и управлять маркетинговой деятельностью организации
ПК-2.1	Использует современные методики маркетинга, развития и управления брендом компании, современные техники и методы продаж
ПК-2.2	Оценивает возможность перехода к клиентоориентированной модели управления, правовое обеспечение в маркетинге
ПК-2.3	Применяет различные варианты управленческих решений по развитию маркетинговых служб, маркетинга базы данных
ПК-3	Способен применять методы цифрового анализа и маркетинга
ПК-3.1	Владеет широким набором офисных компьютерных программ, а также приложениями и интернет-сервисами маркетингового назначения
ПК-3.2	Применяет принципы поисковой оптимизации, работает с контекстной рекламой, видеорекламой, email-маркетингом, медийной рекламой и ретаргетингом
ПК-3.3	Осуществляет Медиа-планирование рекламных кампаний, создаёт различные рекламные сообщения для разных медиа каналов самостоятельно или с привлечением специализированных компаний
ПК-3.4	Осуществляет анализ данных, собранных с помощью CRM, осуществляет экспертизу специфических маркетинговых каналов, использует технологии Big Data

#### 4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 академических часов, в том числе:

- контактная работа – 51,95 академических часов;
- аудиторная – 51 академических часов;
- внеаудиторная – 0,95 академических часов;
- самостоятельная работа – 56,05 академических часов;
- в форме практической подготовки – 0 академических часов;

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в академических часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Информационные технологии маркетингового управления и контроля								
1.1 Информация в маркетинге: базовые понятия	6	2		2	6	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение ситуационных заданий	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-3.4
1.2 Информационные технологии в маркетинге: современное состояние и тенденции развития		2		4	6	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение ситуационных заданий	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-3.4

1.3 Автоматизированная информационная система (АИС) маркетинга и ее эффективность в развитии бизнеса		2		4	6	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение ситуационных заданий	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-3.4
1.4 Интернет-технологии в маркетинге		2		4	6	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение ситуационных заданий	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-3.4
Итого по разделу		8		14	24			
2. Методы маркетингового анализа и планирования								
2.1 Методы, способы и средства получения, хранения, переработки маркетинговой информации	6	2		4	6	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение ситуационных заданий	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-3.4
2.2 Работа с маркетинговой информацией в глобальных компьютерных сетях и информационных системах управления маркетингом		2		4	6	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение ситуационных заданий	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-3.4

2.3	Средства программного обеспечения маркетингового анализа	2	4	6	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение ситуационных заданий	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-3.4
2.4	Средства количественного моделирования систем управления маркетингом	2	4	6	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение ситуационных заданий	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-3.4
2.5	Эффективное использование корпоративных информационных систем обеспечения маркетинговой деятельности	1	4	8,05	Подготовка к практическому занятию Самостоятельное изучение учебной и научной литературы Работа с электронными библиотеками Выполнение ситуационных заданий	Практическое занятие Устный опрос (собеседование)	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-3.4
Итого по разделу		9	20	32,05			
Итого за семестр		17	34	56,05		зачёт	
Итого по дисциплине		17	34	56,05		зачет	

## **5 Образовательные технологии**

На сегодняшний день стали очевидны преимущества использования компьютера на лекционных и практических учебных занятиях. Объяснение нового материала с использованием презентаций, выполненных с помощью программ Microsoft Power Point и Microsoft Front Page, вызывает интерес у студентов, способствует лучшему усвоению материала. Использование компьютера на учебных занятиях позволяет преподавателю экономить время, опрашивать учащихся на каждом занятии, вести статистику опроса, выявлять западающие темы. Также одним из эффективных средств информационных технологий является электронный учебник. Исходя из этого, более 20% всех занятий проводятся с применением информационных технологий.

Для обеспечения наибольшей эффективности образовательного процесса в курсе данной учебной дисциплины используются в процессе обучения передовые образовательные технологии:

- 1) традиционные образовательные технологии (информационная лекция, практические (семинарские) занятия);
- 2) технология проблемного обучения (проблемная лекция, практические занятия в форме практикума, кейс-метода);
- 3) игровые технологии (ролевые и деловые игры);
- 4) технологии проектного обучения (творческий проект);
- 5) интерактивные технологии (семинар-дискуссия);
- 6) информационно-коммуникационные образовательные технологии (лекция-визуализация, практические занятия в форме презентации).

Лекционные занятия наряду с сообщением учебной информации предполагают и решение следующих дидактических задач: заинтересовать студентов изучаемой темой, разрушить неверные стереотипы, убедить в необходимости глубокого освоения материала, побудить к самостоятельному поиску и активной мыслительной деятельности, помочь совершить переход от теоретического уровня социально-экономического планирования в муниципальных образованиях к прикладным знаниям в данной области.

Проведение групповых (семинарских и практических) занятий предполагает решение разнообразных дидактических задач: закрепление полученных знаний, формирование умения применять их на практике, совершенствование умения работать с информацией, анализировать, обобщать, принимать и обосновывать решения, аргументировано защищать собственные взгляды в дискуссии, взаимодействовать с другими членами группы в процессе разрешения конфликтных ситуаций.

## **6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Представлено в приложении 1.

## **7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

Представлены в приложении 2.

## **8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **а) Основная литература:**

1. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/informacionnye-sistemy-i-tehnologii-v-marketinge-469320> (дата обращения: 29.05.2021).

2. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство



Юрайт, 2021. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/informacionnye-tehnologii-v-marketinge-468965#page/1> (дата обращения: 29.05.2021).

**б) Дополнительная литература:**

1. Голубков, Е. П. Методы принятия управленческих решений в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 183 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06815-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/metody-prinyatiya-upravlencheskih-resheniy-v-2-ch-chast-1-469289> (дата обращения: 21.04.2021).

2. Голубков, Е. П. Методы принятия управленческих решений в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 249 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06700-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/metody-prinyatiya-upravlencheskih-resheniy-v-2-ch-chast-2-470603> (дата обращения: 21.04.2021).

**в) Методические указания:**

**г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:**

**Программное обеспечение**

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7 Professional(для классов)	Д-1227-18 от 08.10.2018	11.10.2021
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно	бессрочно
FAR Manager	свободно	бессрочно
Браузер Yandex	свободно	бессрочно
Браузер Mozilla Firefox	свободно распространяемое ПО	бессрочно

**Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Название курса	Ссылка
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования	URL: <a href="https://elibrary.ru/project_risc.asp">https://elibrary.ru/project_risc.asp</a>
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: <a href="https://scholar.google.ru/">https://scholar.google.ru/</a>
Российская Государственная библиотека. Каталоги	<a href="https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/">https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/</a>
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	<a href="http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp">http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp</a>
Федеральный образовательный портал – Экономика. Социология. Менеджмент	<a href="http://ecsocman.hse.ru/">http://ecsocman.hse.ru/</a>

Международная наукометрическая реферативная и полнотекстовая база данных научных изданий «Web of science»	<a href="http://webofscience.com">http://webofscience.com</a>
Международная реферативная и полнотекстовая справочная база данных научных изданий «Scopus»	<a href="http://scopus.com">http://scopus.com</a>
Международная база полнотекстовых журналов Springer Journals	<a href="http://link.springer.com/">http://link.springer.com/</a>

### **9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.
2. Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации; комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.
3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся: персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.
4. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий.

## **6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

В процессе самостоятельного изучения дисциплины, подготовки к семинарским занятиям студенту необходимо найти и изучить рекомендуемую литературу, действующие законодательные и нормативные акты. Для осмысления прочитанного материала студенту предлагается ответить на вопросы, решить тесты, выполнить проектные (творческие) задания.

### **Организационно-методические рекомендации для подготовки к семинарским занятиям**

*Семинар (лат. seminarium - буквально: "рассадник") – учебное занятие, в ходе которого организуется обсуждение фундаментальных или дискуссионных проблем изучаемой науки и связанной с ней практической деятельности.*

В целях более подробного и адекватного современной ситуации анализа проблем управления студентам рекомендуется обращаться к периодической литературе и материалам средств массовой информации, в которой можно найти не только аналитические статьи по различным аспектам обозначенных в тематике семинарских занятий проблем, но и статистические данные, материалы прикладного характера, нормативные документы. Целесообразно не ограничиваться указанными источниками, а осуществлять собственный поиск теоретических и практических материалов, что является одним из элементов самостоятельной информационно-аналитической работы студентов.

Подготовка к семинарским занятиям по дисциплине должна включать следующие аспекты:

- 1) знакомство с соответствующими главами учебника; оптимальным был бы вариант работы не с одним учебником, так как разными авторами избран различный подход к предмету, и полезно понять особенности подходов, сравнить их, чтобы выработать свою позицию;
- 2) чтение конспекта лекции;
- 3) чтение и осмысление одного-двух источников из приведенного списка литературы.

Выбор дополнительных первоисточников, которые могут оказать помощь при подготовке к выступлению и позволят организовать на семинаре дискуссию, студент осуществляет по своему усмотрению, в соответствии со своими интересами, ориентируясь на вопросы семинарского занятия.

Выступление на семинаре должно быть достаточно аргументированным, занимать по времени не более трех минут. В ходе выступления желательно сопоставить точки зрения различных авторов на излагаемую проблему. Предпочтительно, чтобы по одному вопросу выступило несколько студентов, высказывая свои мнения, дополняя друг друга. В идеале семинарское занятие должно проходить в форме дискуссии. Результаты работы студентов на семинарских занятиях обязательно учитываются преподавателем при выставлении баллов.

### **Раздел 1. Информационные технологии маркетингового управления и контроля**

#### **Тема 1. Информация в маркетинге: базовые понятия**

Информация. Свойства информации. Информационная потребность. Маркетинговая информация. Информационная система. Система управления.

#### **Тема 2. Информационные технологии в маркетинге: современное состояние и тенденции развития**

Информационные технологии. Маркетинговые информационные технологии. История развития информационных технологий. Современное состояние и тенденции развития информационных технологий.

### **Тема 3. Автоматизированная информационная система (АИС) маркетинга и ее эффективность в развитии бизнеса**

Автоматизация. Автоматизированная информационная система. Маркетинговая информационная система и ее автоматизация. Взаимосвязь АИС маркетинга с информационными системами предприятия. Роль АИС маркетинга в бизнесе.

### **Тема 4. Интернет-технологии в маркетинге**

Интернет и электронная коммерция. Способы использования интернет в маркетинге. Современное состояние интернет технологий маркетинга.

## **Раздел 2. Методы маркетингового анализа и планирования**

### **Тема 5. Методы, способы и средства получения, хранения, переработки маркетинговой информации**

Первичная и вторичная информация в маркетинге. Источники возникновения информации. Методы получения первичной информации. Хранилища данных. Базы данных маркетинга. Качественный и количественный анализ в маркетинге.

### **Тема 6. Работа с маркетинговой информацией в глобальных компьютерных сетях и информационных системах управления маркетингом**

Интернет-маркетинг. Технология работы с интернет. Поисковые машины. Социальные сети. Электронная почта. CRM-системы маркетинга.

### **Тема 7. Средства программного обеспечения маркетингового анализа**

Табличный анализ маркетинговых данных. Программное обеспечение MS Excel, SPSS.

### **Тема 8. Средства количественного моделирования систем управления маркетингом**

Статистические методы анализа и моделирования в маркетинге. Прогнозирование.

### **Тема 9. Эффективное использование корпоративных информационных систем обеспечения маркетинговой деятельности**

Оценка эффективности маркетинговых решений в системе управления предприятием. Представление результатов маркетингового анализа и прогнозирования.

### **Примеры вопросов для текущего контроля:**

Что такое:

- оперативное, тактическое и стратегическое маркетинговое решение,
- ситуация принятия решений,
- стили менеджмента,
- маркетинговая аналитика,
- игры с нулевой суммой,
- матричные игры,
- минимакс и максимин,
- седловая точка,
- чистые стратегии,
- смешанные стратегии,
- биматричная игра,
- стратегии игроков,
- доминируемые и слабодоминируемые стратегии
- равновесие по Нэшу,
- платёжная матрица и матрица выигрышей,

- под-игровое равновесие,
- динамические игры

### **Примеры заданий итогового контроля**

1. Модель фон Штакельберга, модель лидерства по ценам.
2. Совершенное под-игровое равновесие по Нэшу и его свойства.
3. Совершенное равновесие по Байесу–Нэшу и его свойства.
4. Динамические игры с совершенной и несовершенной информацией Процессы конкурентного взаимодействия при последовательном принятии маркетинговых решений.
5. Свойства равновесий в играх с конечным числом повторений.
6. Понятие «триггерная стратегия».
7. Достижимый выигрыш.
8. Теорема Фридмана и её содержательная интерпретация.
9. Равновесие по Нэшу в чистых и смешанных стратегиях.
10. Конкуренция и конкурентные стратегии.
11. Равновесие по Нэшу в сегментной конкуренции.
12. Парето-оптимальность и равновесие по Нэшу.
13. Математическое моделирование в условиях определённости.
14. Графическое моделирование.
15. Ситуации принятия маркетинговых решений в условиях определённости.
16. Вероятностные процессы и стохастические задачи.
17. Риск принятия маркетингового решения в условиях вероятностного характера информации. Управление рисками.
18. Игры с нулевой суммой, антагонистические игры, матричная игра, седловая точка, цена игры, чистая стратегия, смешанная стратегия, решение матричной игры, основные свойства матричных игр.
19. Биматричные игры.
20. Теория игр и её применение в экономике.
21. Основные понятия теории игр.
22. Маркетинговые задачи теории игр.
23. Теории некооперативных и кооперативных игр.
24. Статические и динамические игры.
25. Нормальная (стратегическая) форма и позиционная форма игры.
26. Система принятия маркетинговых решений как функция от стиля менеджмента на предприятии

**7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**  
**а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:**

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
<b>ПК-2 Способен организовывать и управлять маркетинговой деятельностью организации</b>		
ПК-2.1	<i>Использует современные методики маркетинга, развития и управления брендом компании, современные техники и методы продаж</i>	<p><b>Задание:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- найти информационные ресурсы по выбранному варианту задания;</li> <li>- ознакомиться с описанием, структурой и особенностями работы электронной торговой площадки;</li> <li>- проанализировать практику работы на электронных торговых площадках;</li> <li>- составить перечень мероприятий по организации работы на электронных торговых площадках на предприятии;</li> <li>- подготовить краткую аналитическую записку (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения);</li> <li>- подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии;</li> <li>- ответить на контрольные вопросы.</li> </ul> <p><b>Варианты задания. Наименование электронной торговой площадки</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. МЭРТ, выход на региональные торговые площадки</li> <li>2. В2В-Энерго</li> <li>3. Госзаказ Санкт-Петербурга</li> <li>4. Норильский Никель Госзаказ Ленинградской области</li> <li>5. Газпром</li> <li>6. Площадки размещения муниципального заказа</li> <li>7. Госзаказ</li> <li>8. Министерства обороны</li> <li>9. Госзаказ на приобретение продуктов питания</li> <li>10. Госзаказ на выполнение строительных работ</li> <li>11. Муниципальный заказ на транспортные услуги</li> <li>12. Муниципальный заказ на страховые услуги</li> </ol>
ПК-2.2	<i>Оценивает возможность перехода к клиентоориентированной модели управления, правовое обеспечение в маркетинге</i>	<p><b>Задание:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- найти информационные ресурсы по выбранному варианту задания;</li> <li>- ознакомиться с описанием, структурой и особенностями системы;</li> <li>- проанализировать практику ее применения;</li> <li>- составить перечень мероприятий по внедрению CRM-системы на предприятии;</li> <li>- подготовить краткую аналитическую записку (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы,</li> </ul>

		<p>предложения);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии;</li> <li>- ответить на контрольные вопросы.</li> </ul> <p><b>Варианты задания. Наименование CRM - системы</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Microsoft Dynamics</li> <li>2. CRM</li> <li>3. Sales Logix</li> <li>4. Siebel</li> <li>5. Sales Expert, Quick Sales</li> <li>6. Monitor CRM</li> <li>7. WinPeak CRM</li> <li>8. Парус CRM</li> <li>9. 1С: Управление производственным предприятием 8.0 CRM</li> <li>10. Marketing Analytic</li> <li>11. Terrasoft</li> <li>12. CRM</li> <li>13. ЛАНИТ - CRM</li> <li>14. КОНСИ</li> <li>15. Касатка</li> <li>16. ИНЭК-Партнер</li> </ol>
ПК-2.3	<p><i>Применяет различные варианты управленческих решений по развитию маркетинговых служб, маркетинга базы данных</i></p>	<p><b>Задание:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- найти информационные ресурсы по выбранному варианту задания;</li> <li>- ознакомиться с описанием, структурой и особенностями системы;</li> <li>- проанализировать практику ее применения;</li> <li>- составить перечень мероприятий по внедрению ERP-системы на предприятии;</li> <li>- подготовить краткую аналитическую записку (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения);</li> <li>- подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии;</li> <li>- ответить на контрольные вопросы.</li> </ul> <p><b>Варианты задания. Наименование ERP - системы</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Microsoft Dynamics AX</li> <li>2. Oracle E-Business Suite</li> <li>3. SAP ERP</li> <li>4. mySAP ERP</li> <li>5. Галактика</li> <li>6. ERP</li> <li>7. Infor ERP</li> <li>8. Microsoft Dynamics NAV</li> <li>9. 1С: Управление производственным предприятием 8.0</li> <li>10. ERP-система «Компас»»</li> <li>11. Система Alfa</li> <li>12. Borlas Treasury System</li> <li>13. SAP R3</li> <li>14. BAAN IV</li> <li>15. ERP-система «Парус»</li> </ol>
<p><b>ПК-3 Способен применять методы цифрового анализа и маркетинга</b></p>		

ПК-3.1	<p><i>Владеет широким набором офисных компьютерных программ, а также приложениями и интернет-сервисами маркетингового назначения</i></p>	<p><b>Задание:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- найти информационные ресурсы по выбранному варианту задания;</li> <li>- составить перечень ссылок на найденные ресурсы;</li> <li>- проанализировать представленную на них информацию;</li> <li>- изучить структуру, состав информации, применение в деятельности менеджера;</li> <li>- подготовить краткую аналитическую записку (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения);</li> <li>- подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии;</li> <li>- ответить на контрольные вопросы.</li> </ul> <p><b>Варианты задания. Методы управления, виды информационных ресурсов, услуг и технологий</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Метод «Производство на мировом уровне» (World Class Manufacturing WCM)</li> <li>2. Метод планирования «Точно в срок» (Just in Time — JIT)</li> <li>3. Метод «Тотальный контроль качества» (Total Quality Management - TQM)</li> <li>4. Метод развития человеческих ресурсов (Human Resorce Development — HRD)</li> <li>5. Метод «Реинжинирииг бизнес-процессов» (Business Process ReEngineering - BPR)</li> <li>6. MRPII (Manufacturing Resources Planning)</li> <li>7. MES (Management Execution System)</li> <li>8. OLAP-системы</li> <li>9. BI-системы</li> <li>10. PLM (Product Lifecycle Management)</li> <li>11. Системы электронного документооборота</li> <li>12. Платежные системы</li> <li>13. Средства и системы безопасности</li> <li>14. Системы компьютерной телефонии, видеоконференцсвязи</li> <li>15. Хранилища информации</li> </ol>
ПК-3.2	<p><i>Применяет принципы поисковой оптимизации, работает с контекстной рекламой, видеорекламой, email-маркетингом, медийной рекламой и ретаргетингом</i></p>	<p><b>Задание:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- из перечисленных ниже вариантов задания выбрать отрасль и структурное подразделение;</li> <li>- найти информационные ресурсы, необходимые руководителю структурного подразделения фирмы по выбранному варианту задания, в том числе по следующим вопросам: <ul style="list-style-type: none"> <li>- организация работы подразделения (положение об отделе, должностные инструкции, приказы, распоряжения и т.п.);</li> <li>- источники внешней информации (состояние дел в отрасли, тематические рассылки, конкуренты и тп);</li> <li>- источники внутренней информации, (в том числе необходимые для контроля выполнения решений);</li> <li>- законодательство, правовые акты, регламентирующие управление предприятием, подразделением;</li> <li>- составить перечень (план) мероприятий по информационному обеспечению работы структурного подразделения фирмы;</li> </ul> </li> </ul>



		<p>- подготовить краткую аналитическую записку по улучшению информационного обеспечения работы структурного подразделения фирмы (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения);</p> <p>- подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии;</p> <p>- ответить на контрольные вопросы.</p> <p><b>Варианты задания</b></p> <table border="1" data-bbox="786 499 1481 1223"> <thead> <tr> <th>Наименование отрасли, в которой работает фирма</th> <th>Наименование подразделения фирмы</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Производство продуктов питания</td> <td>Отдел сбыта</td> </tr> <tr> <td>Производство обуви</td> <td>Отдел персонала</td> </tr> <tr> <td>Гостиничный бизнес</td> <td>Служба бронирования</td> </tr> <tr> <td>Услуги автомобильного транспорта</td> <td>Обслуживание клиентов</td> </tr> <tr> <td>ИТ- услуги</td> <td>Отдел маркетинга</td> </tr> <tr> <td>Муниципальное предприятие</td> <td>Отдел по работе с клиентами</td> </tr> <tr> <td>Жилищно-коммунальное хозяйство</td> <td>Дежурная служба</td> </tr> <tr> <td>Розничная торговля</td> <td>Коммерческий отдел</td> </tr> <tr> <td>Информационные услуги</td> <td>Отдел продаж</td> </tr> <tr> <td>Производство мебели</td> <td>Отдел закупок</td> </tr> <tr> <td>Туристическая фирма</td> <td>Отдел корпоративных клиентов</td> </tr> </tbody> </table>	Наименование отрасли, в которой работает фирма	Наименование подразделения фирмы	Производство продуктов питания	Отдел сбыта	Производство обуви	Отдел персонала	Гостиничный бизнес	Служба бронирования	Услуги автомобильного транспорта	Обслуживание клиентов	ИТ- услуги	Отдел маркетинга	Муниципальное предприятие	Отдел по работе с клиентами	Жилищно-коммунальное хозяйство	Дежурная служба	Розничная торговля	Коммерческий отдел	Информационные услуги	Отдел продаж	Производство мебели	Отдел закупок	Туристическая фирма	Отдел корпоративных клиентов
Наименование отрасли, в которой работает фирма	Наименование подразделения фирмы																									
Производство продуктов питания	Отдел сбыта																									
Производство обуви	Отдел персонала																									
Гостиничный бизнес	Служба бронирования																									
Услуги автомобильного транспорта	Обслуживание клиентов																									
ИТ- услуги	Отдел маркетинга																									
Муниципальное предприятие	Отдел по работе с клиентами																									
Жилищно-коммунальное хозяйство	Дежурная служба																									
Розничная торговля	Коммерческий отдел																									
Информационные услуги	Отдел продаж																									
Производство мебели	Отдел закупок																									
Туристическая фирма	Отдел корпоративных клиентов																									
ПК-3.3	<p><i>Осуществляет Медиа-планирование рекламных кампаний, создаёт различные рекламные сообщения для разных медиа каналов самостоятельно или с привлечением специализированных компаний</i></p>	<p><b>Задание:</b></p> <p>- найти информационные ресурсы по выбранному варианту задания;</p> <p>- составить перечень ссылок на найденные ресурсы;</p> <p>- проанализировать представленную на них информацию;</p> <p>- изучить структуру, состав информации, применение в деятельности менеджера;</p> <p>- подготовить краткую аналитическую записку (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения);</p> <p>- подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии;</p> <p>- ответить на контрольные вопросы.</p> <p><b>Варианты задания. Информационные ресурсы</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Библиотечная сеть РФ. Электронные библиотеки по менеджменту</li> <li>2. Периодические издания по менеджменту. Электронные издания</li> <li>3. Менеджмент в СМИ. Электронные СМИ, специализирующиеся на менеджменте в условиях конкурентного рынка</li> <li>4. Конференции, выставки, совещания и другие события в маркетинге и менеджменте</li> </ol>																								

		<p>5. Образовательные ресурсы по менеджменту (ВУЗы, МВА, курсы, семинары и т.п.)</p> <p>6. Коммерческие структуры, специализирующиеся на менеджменте</p> <p>7. Услуги в области менеджмента. Возможности аутсорсинга</p> <p>8. Работа, трудоустройство, оплата труда менеджеров</p> <p>9. Сайты, форумы, чаты, на которых обсуждаются профессиональные проблемы в менеджменте</p>
ПК-3.4	<p><i>Осуществляет анализ данных, собранных с помощью CRM, осуществляет экспертизу специфических маркетинговых каналов, использует технологии Big Data</i></p>	<p><b>Задание:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- найти информационные ресурсы по выбранному варианту задания;</li> <li>- составить перечень ссылок на найденные ресурсы;</li> <li>- проанализировать представленную на них информацию;</li> <li>- изучить структуру, состав информации, применение в деятельности менеджера;</li> <li>- подготовить краткую аналитическую записку (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения);</li> <li>- подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии;</li> <li>- ответить на контрольные вопросы.</li> </ul> <p><b>Варианты задания. Отрасли и сферы деятельности</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Машиностроение</li> <li>2. Транспортные услуги - грузоперевозки</li> <li>3. Транспортные услуги – пассажирские перевозки</li> <li>4. Медицина – стоматологические услуги</li> <li>5. Информационные услуги</li> <li>6. Банковские услуги – Интернет-банкинг</li> <li>7. Страхование услуги</li> <li>8. Интернет-магазины</li> <li>9. Услуги компьютерной телефонии, видеоконференцсвязи</li> <li>10. Образование – услуги дистанционного обучения</li> <li>11. Ресторанный бизнес</li> <li>12. Гостиничный бизнес</li> <li>13. Продажа и ремонт автомобилей</li> </ol>

**б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Методы принятия решений в информационном маркетинге» включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме зачета.

Зачет по данной дисциплине проводится в устной форме по вопросам к зачету, который включает один теоретический вопрос и одно практическое задание.

**Показатели и критерии оценивания**

- «зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания учебного материала по теме, знает сущность дисциплины, свободно выполняет практические задания.

При этом студент логично и последовательно излагает материал темы, раскрывает смысл вопроса, дает удовлетворительные ответы на дополнительные вопросы. Дополнительным условием получения оценки могут стать хорошие успехи при

выполнении самостоятельной и контрольной работы, систематическая активная работа на практических занятиях.

- «не зачтено» - выставляется при условии, если студент владеет отрывочными знаниями о сущности дисциплины, дает неполные ответы на вопросы из основной литературы, рекомендованной к курсу, не может ответить на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем.

### Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов

В процессе выполнения самостоятельной работы студенты должны научиться воспринимать сведения на слух, фиксировать информацию в виде записей в тетрадях, работать с письменными текстами, самостоятельно извлекая из них полезные сведения и оформляя их в виде тезисов, конспектов, систематизировать информацию в виде заполнения таблиц, составления схем. Важно научиться выделять главные мысли в лекции преподавателя либо в письменном тексте; анализировать явления; определять свою позицию к полученным на занятиях сведениям, четко формулировать ее; аргументировать свою точку зрения: высказывать оценочные суждения; осуществлять самоанализ. Необходимо учиться владеть устной и письменной речью; вести диалог; участвовать в дискуссии; раскрывать содержание изучаемой проблемы в монологической речи; выступать с сообщениями и докладами.

**Конспект лекции.** Смысл присутствия студента на лекции заключается во включении его в активный процесс слушания, понимания и осмысления материала, подготовленного преподавателем. Этому способствует конспективная запись полученной информации, с помощью которой в дальнейшем можно восстановить основное содержание прослушанной лекции.

Для успешного выполнения этой работы советуем:

- подготовить отдельные тетради для каждого предмета. Запись в них лучше вести на одной стороне листа, чтобы позднее на чистой странице записать дополнения, уточнения, замечания, а также собственные мысли. С помощью разноцветных ручек или фломастеров можно будет выделить заголовки, разделы, термины и т.д.

- не записывать подряд все, что говорит лектор. Старайтесь вначале выслушать и понять материал, а затем уже зафиксировать его, не упуская основных положений и выводов. Сохраняйте логику изложения. Обратите внимание на необходимость точной записи определений и понятий.

- оставить место на странице свободным, если не успели осмыслить и записать часть информации. По окончании занятия с помощью однокурсников, преподавателя или учебника вы сможете восстановить упущенное.

- уделять внимание грамотному оформлению записей. Научитесь графически ясно и удобно располагать текст: вычленять абзацы, подчеркивать главные мысли, ключевые слова, помещать выводы в рамки и т.д. Немаловажное значение имеет и четкая структура лекции, в которую входит план, логически выстроенная конструкция освещения каждого пункта плана с аргументами и доказательствами, разъяснениями и примерами, а также список литературы по теме.

- научиться писать разборчиво и быстро. Чтобы в дальнейшем не тратить время на расшифровку собственных записей, следите за аккуратностью почерка, не экономьте бумагу за счет уплотнения текста. Конспектируя, пользуйтесь общепринятыми сокращениями слов и условными знаками, если есть необходимость, то придумайте собственные сокращения.

- уметь быстро и четко переносить в тетрадь графические рисунки и таблицы. Для этих целей приготовьте прозрачную линейку, карандаш и резинку. Старайтесь как можно точнее скопировать изображение с доски. Если наглядный материал трудно воспроизводим в условиях лекции, то сделайте его словесное описание с обобщающими выводами.

- просмотреть свои записи после окончания лекции. Подчеркните и отметьте разными цветами фломастера важные моменты в записях. Исправьте неточности, внесите необходимые дополнения. Не тратьте время на переписывание конспекта, если он оказался не совсем удачным. Совершенствуйтесь, записывая последующие лекции.

**Подготовка к семинарским занятиям.** Семинар – один из основных видов практических занятий по гуманитарным дисциплинам. Он предназначен для углубленного

изучения отдельных тем и курсов. По форме проведения семинары обычно представляют собой решение задач, обсуждение докладов, беседу по плану или дискуссию по проблеме.

Подготовка к занятиям заключается, прежде всего, в освоении того теоретического материала, который выносится на обсуждение. Для этого необходимо в первую очередь перечитать конспект лекции или разделы учебника, в которых присутствует установочная информация. Изучение рекомендованной литературы необходимо сделать максимально творчески – не просто укладывая в память новые сведения, а осмысливая и анализируя материал. Закрепить свои знания можно с помощью записей, выписок или тезисного конспекта.

Если семинар представлен докладами, то основная ответственность за его проведение лежит на докладчиках. Как сделать это успешно смотрите в разделе «Доклад». Однако роль остальных участников семинара не должна быть пассивной. Студенты, прослушав доклад, записывают кратко главное его содержание и задают выступающему уточняющие вопросы. Чем более основательной была домашняя подготовка по теме, тем активнее происходит обсуждение проблемных вопросов. На семинаре всячески поощряется творческая, самостоятельная мысль, дается возможность высказать критические замечания.

Беседа по плану представляет собой заранее подготовленное совместное обсуждение вопросов темы каждым из участников. Эта форма потребует от студентов не только хорошей самостоятельной проработки теоретического материала, но и умение участвовать в коллективной дискуссии: кратко, четко и ясно формулировать и излагать свою точку зрения перед сокурсниками, отстаивать позицию в научном споре, присоединяться к чужому мнению или оппонировать другим участникам.

**Реферат** – самый простой и наименее самостоятельный вид письменной работы. Суть его состоит в кратком изложении содержащихся в научной литературе взглядов и идей по заданной теме. Реферат не требует оригинальности и новизны. В нем оценивается умение студента работать с книгой: выделять и формулировать проблему, отбирать основные тезисы и вспомогательные данные, логически выстраивать материал, грамотно оформлять научный текст.

Студентам предлагается два вида рефератных работ:

Реферирование научной литературы представляет собой сокращенное изложение содержания статьи или книги с основными сведениями и выводами. Такие рефераты актуальны тогда, когда в юридических источниках появляется новый теоретический или практический материал по изучаемой теме. От студента требуется, внимательно ознакомившись с первоисточником, максимально точно и полно передать его содержание. Для этого целесообразно выбрать форму последовательного изложения прочитанной книги, не меняя ее общий план и структуру (главы, разделы, параграфы). Необходимо сохранить логику повествования и позаботиться о связности текста. Авторские, оригинальные и новаторские мысли и идеи лучше передавать не своими словами, а с помощью цитирования. Объем реферата будет определяться содержанием источника, а также его научной и практической ценностью. Но в любом случае предпочтение отдается краткости и лаконичности, умению отбирать главное и освободиться от второстепенного.

Реферат по теме представляет обзор научных взглядов и концепций по проблемному вопросу в изучаемой теме.

- Если вам предложена тема такого реферата на выбор, то предпочтение следует отдать той, которая для вас интересна или знакома. Она не должна быть очень сложной и объемной, в противном случае реферат будет напоминать курсовую работу.

- Для подготовки реферата студенту необходимо самому или с участием преподавателя подобрать источники информации. Следует позаботиться, чтобы в вашем списке оказались не случайные, а ценные в информационном плане книги. Можно выполнить работу, обратившись и к одному источнику – пособию, монографии, исследованию. Но лучше, если вы обратитесь к двум-трем научным трудам – это позволит представить проблему с нескольких точек зрения и высказать личные предпочтения.

- Одним из главных критериев оценки реферата будет соответствие его содержания заявленной теме. Для этого бегло ознакомившись с первоисточниками составьте предварительный план будущего реферата, обозначив в нем принципиально важные моменты и этапы освещения проблемы. После того, как у вас появятся рабочие записи по результатам изучения научной литературы и обширная информация по теме в целом, можно будет скорректировать общий план реферата. Старайтесь при работе над ним тщательно избавляться от «излишеств»: всякого рода абстрактных рассуждений, чрезмерных подробностей и многочисленных примеров, которые «размывают» тему или уводят от неё.

Структура реферата включает в себя введение, основную часть и заключение. Во введении формулируются цели и задачи работы, ее актуальность. Основная часть представляет собой последовательное и аргументированное изложение различных точек зрения на проблему, ее анализ, предполагаемые пути решения. Заключение обобщает основные мысли или обосновывает перспективы дальнейшего исследования темы. Если реферат достаточно объемен, то потребуются разделение текста на разделы (главы, параграфы). Иллюстративный материал – таблицы, схемы, графики – могут располагаться как внутри основной части, так и в разделе «Приложение».

Объем реферата зависит от целей и задач, решаемых в работе – от 5 до 20 страниц машинописного текста через два интервала. Если в задании, выданном преподавателем объем не оговаривается, то следует исходить из разумной целесообразности.

В реферате в обязательном порядке размещаются титульный лист, план или оглавление работы, а также список используемой литературы.

Обычно реферат может зачитывается как письменная работа, но некоторые преподаватели практикуют публичную защиту рефератов или их «озвучивание» на семинарских занятиях. В этом случае необходимо приложить дополнительные усилия для подготовки публичного выступления по материалам рефератной работы.

**Доклад** представляет собой устную форму сообщения информации. Он используется в вузе на семинарских занятиях и на научных студенческих конференциях.

Подготовка доклада осуществляется в два этапа: написание письменного текста на заданную тему и подготовка устного выступления перед аудиторией слушателей с освещением этой темы. Письменный доклад оформляется как реферат.

При работе над докладом следует учесть некоторые специфические особенности:

- Объем доклада должен согласовываться со временем, отведенным для выступления.

- При выборе темы нужно учитывать не только собственные интересы, но и интересы потенциальных слушателей. Ваше сообщение необходимо согласовывать с уровнем знаний и потребностей публики.

- Подготовленный текст доклада должен хорошо восприниматься на слух. Даже если отобранный вами материал сложен и неоднозначен, говорить желательно просто и ясно, не перегружая речь наукообразными оборотами и специфическими терминами.

Следует отметить, что иногда преподаватель не требует от студентов письменного варианта доклада и оценивает их работу исключительно по устному выступлению. Но значительно чаще письменный доклад проверяется и его качество также оценивается в баллах. Вне зависимости от того, нужно или не нужно будет сдавать на проверку текст будущего выступления, советуем не отказываться от письменной записи доклада. Это поможет избежать многих ошибок, которые случаются во время устной импровизации: отклонение от темы, нарушения логической последовательности, небрежное обращение с цитатами, злоупотребление деталями и т.д. Если вы хорошо владеете навыками свободной речи и обладаете высокой культурой мышления, то замените письменный доклад составлением тезисного плана. С его помощью зафиксируйте основные мысли и идеи, выстройте логику повествования, отберите яркие и точные примеры, сформулируйте выводы.

При подготовке к устному выступлению возьмите на вооружение некоторые советы:

- Лучший вариант выступления перед аудиторией – это свободная речь, не осложненная чтением текста. Но если у вас не выработано умение общаться с публикой без бумажки, то не пытайтесь сделать это сразу, без подготовки. Осваивать этот опыт нужно постепенно, от доклада к докладу увеличивая объем речи без заглядывания в текст.

- Если вы намерены считать доклад с заготовленных письменных записей, то постарайтесь, чтобы чтение было «художественным»: обозначайте паузой логические переходы от части к части, выделяйте интонационно особо важные мысли и аргументы, варьируйте темп речи.

- Читая доклад, не торопитесь, делайте это как можно спокойнее. Помните, что скорость произношения текста перед слушателями всегда должна быть более медленной, чем скорость вашей повседневной речи.

- Сверьте письменный текст с хронометром, для этого прочитайте его несколько раз с секундомером в руках. В случае, если доклад окажется слишком длинным или коротким, проведите его реконструкцию. Однако вместе с сокращениями или дополнениями не «потеряйте» тему. Не поддавайтесь искушению рассказать все, что знаете – полно и подробно.

- Обратите внимание на тембр и силу вашего голоса. Очень важно, чтобы вас было слышно в самых отдаленных частях аудитории, и при этом вы не «глушили» вблизи вас находящихся слушателей. Варьируйте тембр речи, он придаст ей выразительность и поможет избежать монотонности.

- Следите за своими жестами. Чрезмерная жестикация отвлекает от содержания доклада, а полное ее отсутствие снижает действенную силу выступления. Постарайтесь избавиться от жестов, демонстрирующих ваше волнение (когда крутятся ручки, теребятся пуговицы, заламываются пальцы). Используйте жесты – выразительные, описательные, подражательные, указующие – для полноты передачи ваших мыслей.

- Установите зрительный контакт с аудиторией. Не стоит все время смотреть в окно, опускать глаза или сосредотачиваться на тексте. Старайтесь зрительно общаться со всеми слушателями, переводя взгляд от одних к другим. Не обращайтесь к аудитории, опоздавшим и не прерывайте свой доклад замечаниями. Но вместе с тем следите за реакцией публики на ваше выступление (одобрение, усталость, интерес, скуку) и если сможете, вносите коррективы в речь с целью повышения интереса к его содержанию.

- Отвечать на вопросы в конце выступления надо кратко, четко и уверенно, без лишних подробностей и повторов. Постарайтесь предугадать возможные вопросы своих слушателей и подготовиться к ним заранее. Но если случится, что вы не знаете ответа на заданный вам вопрос, не бойтесь в этом признаться. Это значительно лучше, чем отвечать не по существу или отшучиваться.

- Проведите генеральную репетицию своего доклада перед друзьями или близкими. Это поможет заранее выявить некоторые недостатки – стилистически слабые места, труднопроизносимые слова и фразы, затянутые во времени части и т.д. Проанализируйте свою дикцию, интонации, жесты. Сделайте так, чтобы они помогали, а не мешали успешно представить публике подготовленный вами доклад.

**Презентация** – современный способ устного или письменного представления информации с использованием мультимедийных технологий.

Существует несколько вариантов презентаций.

- Презентация с выступлением докладчика
- Презентация с комментариями докладчика
- Презентация для самостоятельного просмотра, которая может демонстрироваться перед аудиторией без участия докладчика.

Подготовка презентации включает в себя несколько этапов:

1. Планирование презентации

От ответов на эти вопросы будет зависеть всё построение презентации:

- каково предназначение и смысл презентации (демонстрация результатов научной работы, защита дипломного проекта и т.д.);

- какую роль будет выполнять презентация в ходе выступления (сопровождение доклада или его иллюстрация);
- какова цель презентации (информирование, убеждение или анализ);
- на какое время рассчитана презентация (короткое - 5-10 минут или продолжительное - 15-20 минут);
- каков размер и состав зрительской аудитории (10-15 человек или 80-100; преподаватели, студенты или смешенная аудитория).

## 2. Структурирование информации

- в презентации не должна быть менее 10 слайдов, а общее их количество превышать 20 - 25.
- основными принципами при составлении презентации должны быть ясность, наглядность, логичность и запоминаемость;
- презентация должна иметь сценарий и четкую структуру, в которой будут отражены все причинно-следственные связи,
- работа над презентацией начинается после тщательного обдумывания и написания текста доклада, который необходимо разбить на фрагменты и обозначить связанные с каждым из них задачи и действия;
- первый шаг – это определение главной идеи, вокруг которой будет строиться презентация;
- часть информации можно перевести в два типа наглядных пособий: текстовые, которые помогут слушателям следить за ходом развертывания аргументов и графические, которые иллюстрируют главные пункты выступления и создают эмоциональные образы.
- сюжеты презентации могут разъяснять или иллюстрировать основные положения доклада в самых разнообразных вариантах.

Очень важно найти правильный баланс между речью докладчика и сопровождающими её мультимедийными элементами.

Для этого целесообразно:

- определить, что будет представлено на каждом слайде, что будет в это время говориться, как будет сделан переход к следующему слайду;
- самые важные идеи и мысли отразить и на слайдах и произнести словами, тогда как второстепенные – либо словами, либо на слайдах;
- информацию на слайдах представить в виде тезисов – они сопровождают подробное изложение мыслей выступающего, а не наоборот;
- для разъяснения положений доклада использовать разные виды слайдов: с текстом, с таблицами, с диаграммами;
- любая презентация должна иметь собственную драматургию, в которой есть:

«завязка» - пробуждение интереса аудитории к теме сообщения (яркий наглядный пример);

«развитие» - демонстрация основной информации в логической последовательности (чередование текстовых и графических слайдов);

«кульминация» - представление самого главного, нового, неожиданного (эмоциональный речевой или иллюстративный образ);

«развязка» - формулирование выводов или практических рекомендаций (видеоряд).

## 3. Оформление презентации

Оформление презентации включает в себя следующую обязательную информацию:

Титульный лист

- представляет тему доклада и имя автора (или авторов);

- на защите курсовой или дипломной работы указывает фамилию и инициалы научного руководителя или организации;



- на конференциях обозначает дату и название конференции.

План выступления

- формулирует основное содержание доклада (3-4 пункта);
- фиксирует порядок изложения информации;

Содержание презентации

- включает текстовую и графическую информацию;
- иллюстрирует основные пункты сообщения;
- может представлять самостоятельный вариант доклада;

Завершение

- обобщает, подводит итоги, суммирует информацию;
- может включать список литературы к докладу;
- содержит слова благодарности аудитории.

#### 4. Дизайн презентации

Текстовое оформление

- Не стоит заполнять слайд слишком большим объемом информации - лучше всего запоминаются не более 3-х фактов, выводов, определений.

- Оптимальное число строк на слайде – 6 -11.

- Короткие фразы запоминаются визуально лучше. Пункты перечней не должны превышать двух строк на фразу.

- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде

- Если текст состоит из нескольких абзацев, то необходимо установить красную строку и интервал между абзацами.

- Ключевые слова в информационном блоке выделяются цветом, шрифтом или композиционно.

- Информацию предпочтительнее располагать горизонтально, наиболее важную - в центре экрана.

- Не следует злоупотреблять большим количеством предлогов, наречий, прилагательных, вводных слов.

- Цифровые материалы лучше представить в виде графиков и диаграмм – таблицы с цифровыми данными на слайде воспринимаются плохо.

- Необходимо обратить внимание на грамотность написания текста. Ошибки во весь экран производят неприятное впечатление

Шрифтовое оформление

- Шрифты без засечек (Arial, Tahoma, Verdana) читаются легче, чем гротески. Нельзя смешивать различные типы шрифтов в одной презентации.

- Шрифтовой контраст можно создать посредством размера шрифта, его толщины, начертания, формы, направления и цвета;

- Для заголовка годится размер шрифта 24-54 пункта, а для текста - 18-36 пунктов.

- Курсив, подчеркивание, жирный шрифт используются ограниченно, только для смыслового выделения фрагментов текста.

- Для основного текста не рекомендуются прописные буквы.

Цветовое оформление

- На одном слайде не используется более трех цветов: фон, заголовок, текст.

- Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать – текст должен хорошо читаться, но не резать глаза.

- Для фона предпочтительнее холодные тона.

- Существуют не сочетаемые комбинации цветов. Об этом можно узнать в специальной литературе.

- Черный цвет имеет негативный (мрачный) подтекст. Белый на черном читается плохо.

- Если презентация большая, то есть смысл разделить её на части с помощью цвета – разный цвет способен создавать разный эмоциональный настрой.
  - Нельзя выбирать фон, который содержит активный рисунок.
- Композиционное оформление
- Следует соблюдать единый стиль оформления. Он может включать определенный шрифт (гарнитура и цвет), фон цвета или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и т.д.
  - Не приемлемы стили, которые будут отвлекать от презентации.
  - Крупные объекты в композиции смотрятся неважно.
  - Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должна преобладать над основной (текстом и иллюстрацией).
  - Для серьезной презентации отбираются шаблоны, выполненные в деловом стиле.

#### Анимационное оформление

- Основная роль анимации – дозирования информации. Аудитория, как правило, лучше воспринимает информацию порциями, небольшими зрительными фрагментами.
- Анимация используется для привлечения внимания или демонстрации развития какого-либо процесса
- Не стоит злоупотреблять анимационными эффектами, которые отвлекают от содержания или утомляют глаза читающего.
- Особенно нежелательно частое использование таких анимационных эффектов как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста.

#### Звуковое оформление

- Музыкальное сопровождение призвано отразить суть или подчеркнуть особенности темы слайда или всей презентации, создать определенный эмоциональный настрой.
- Музыку целесообразно включать тогда, когда презентация идет без словесного сопровождения.
- Звуковое сопровождение используется только по необходимости, поскольку даже фоновая тихая музыка создает излишний шум и мешает восприятию содержания.
- Необходимо выбрать оптимальную громкость, чтобы звук был слышан всем слушателем, но не был оглушительным.

#### Графическое оформление

- Рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать её в более наглядном виде.
- Нельзя представлять рисунки и фото плохого качества или с искаженными пропорциями.
- Желательно, чтобы изображение было не столько фоном, сколько иллюстрацией, равной по смыслу самому тексту, чтобы помочь по-новому понять и раскрыть его.
- Следует избегать некорректных иллюстраций, которые неправильно или двусмысленно отражают смысл информации.
- Необходимо позаботиться о равномерном и рациональном использовании пространства на слайде: если текст первичен, то текстовый фрагмент размещается в левом верхнем углу, а графический рисунок внизу справа и наоборот.
- Иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом. Подписи к картинкам лучше выполнять сбоку или снизу, если это только не название самого слайда.
- Если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

#### Таблицы и схемы

- Не стоит вставлять в презентацию большие таблицы – они трудны для восприятия. Лучше заменить их графиками, построенными на основе этих таблиц.
- Если все же таблицу показать надо, то следует оставить как можно меньше строк и столбцов, отобрав и разместив только самые важные данные.
- При использовании схем на слайдах необходимо выровнять ряды блоков схемы, расстояние между блоками, добавить соединительные схемы при помощи инструментов Автофигур,
- При создании схем нужно учитывать связь между составными частями схемы: если они равнозначны, то заполняются одним шрифтом, фоном и текстом, если есть первостепенная информация, то она выделяется особым способом с помощью организационных диаграмм.

#### Аудио и видео оформление

- Видео, кино и теле материалы могут быть использованы полностью или фрагментарно в зависимости от целей, которые преследуются.
- Продолжительность фильма не должна превышать 15-25 минут, а фрагмента – 4-6 минут.
- Нельзя использовать два фильма на одном мероприятии, но показать фрагменты из двух фильмов вполне возможно.

**Подготовка к зачёту / экзамену.** Готовиться к зачёту / экзамену нужно заранее и в несколько этапов. Для этого:

- Просматривайте конспекты лекций сразу после занятий. Это поможет разобраться с непонятными моментами лекции и возникшими вопросами, пока еще лекция свежа в памяти.
- Бегло просматривайте конспекты до начала следующего занятия. Это позволит «освежить» предыдущую лекцию и подготовиться к восприятию нового материала.
- Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала. Непосредственно при подготовке:
  - Упорядочьте свои конспекты, записи, задания.
  - Прикиньте время, необходимое вам для повторения каждой части (блока) материала, выносимого на зачет.
  - Составьте расписание с учетом скорости повторения материала, для чего
  - Разделите вопросы для зачёта / экзамена на знакомые (по лекционному курсу, семинарам, конспектированию), которые потребуют лишь повторения и новые, которые придется осваивать самостоятельно. Начните с тем хорошо вам известных и закрепите их с помощью конспекта и учебника. Затем пополните свой теоретический багаж новыми знаниями, обязательно воспользовавшись рекомендованной литературой.
- Правильно используйте консультации, которые проводит преподаватель. Приходите на них с заранее проработанными самостоятельно вопросами. Вы можете получить разъяснение по поводу сложных, не до конца понятых тем, но не рассчитывайте во время консультации на исчерпывающую информации по содержанию всего курса.