



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

***ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ***

Направление подготовки (специальность)  
38.03.01 Экономика

Направленность (профиль/специализация) программы  
Экономика и бизнес-аналитика

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения  
очная

Институт/ факультет	Институт экономики и управления
Кафедра	Экономики
Курс	2
Семестр	4

Магнитогорск  
2022 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 Экономики  
07.02.2022, протокол № 6

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ А.Г. Васильева

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЭиУ  
14.02.2022 г. протокол № 4

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

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры Экономики, канд. экон. наук \_\_\_\_\_ Г.Г. Валяева

Рецензент:

заместитель директора по учебной работе, заведующий кафедрой экономики Сибайского института (филиала) ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет», д-р экон. наук, доцент Экономики, д-р экон. наук

\_\_\_\_\_ И.А. Ситнова

## Лист актуализации рабочей программы

---

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

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ А.Г. Васильева

---

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

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ А.Г. Васильева

---

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

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ А.Г. Васильева

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Экономики

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ А.Г. Васильева

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

Целями освоения дисциплины являются: обучить студентов основным понятиям в области цифрового маркетинга и технологиям реализации механизмов ведения бизнеса в Интернет-среде. В процессе изучения данной дисциплины у студентов должны быть сформированы теоретические знания и практические навыки по вопросам организации и осуществления цифрового маркетинга

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

Дисциплина Информационные технологии в профессиональной деятельности входит в обязательную часть учебного плана образовательной программы.

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

Информатика

Методы обработки экономической информации

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

Экономическая безопасность бизнеса в условиях цифровизации

Моделирование цепей поставок

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

В результате освоения дисциплины (модуля) «Информационные технологии в профессиональной деятельности» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ОПК-5	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.
ОПК-5.1	Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные информационные технологии и программное обеспечение
ОПК-5.2	Использует для решения профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, предварительно оценив возможность и целесообразность их использования
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.
ОПК-6.1	Осуществляет поиск, анализ и синтез информации с использованием информационных технологий
ОПК-6.2	Применяет технологии обработки данных, выбора данных по критериям; строит типичные модели решения предметных задач по изученным образцам
ОПК-6.3	Использует современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности

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

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

- контактная работа – 34,1 акад. часов;
- аудиторная – 34 акад. часов;
- внеаудиторная – 0,1 акад. часов;
- самостоятельная работа – 73,9 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Основы сетевой экономики								
1.1 Введение в сетевую экономику	4		1		2	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
1.2 Виды и модели электронного бизнеса			3		4	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
1.3 Особенности продажи товаров и предоставления услуг в сфере электронного бизнеса			4		5	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
1.4 Информационные технологии электронного бизнеса			4		5	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
Итого по разделу			12		16			
2. Реклама и маркетинг в интернете								
2.1 Интернет-реклама и оценка эффективности рекламных кампаний	4		4/4И		10	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3

2.2 Интернет-маркетинг			10		12	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
Итого по разделу			14/4И		22			
3. Платежные системы								
3.1 Электронные платежные системы	4		2		4	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
3.2 Стандарты электронных расчетов			2		4	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
Итого по разделу			4		8			
4. Безопасность электронного бизнеса								
4.1 Технологии защиты информации	4		2		4	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
4.2 Безопасность электронной коммерции			2		5,9	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
Итого по разделу			4		9,9			
5. Зачет								
5.1 Подготовка к зачету	4				18	Изучение литературы, подготовка проекта	защита проекта	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3
Итого по разделу					18			
Итого за семестр			34/4И		73,9		зачёт	
Итого по дисциплине			34/4И		73,9		зачет	

## **5 Образовательные технологии**

При проведении занятий и организации самостоятельной работы студентов используются:

Традиционные технологии обучения, предполагающие передачу информации в готовом виде, формирование учебных умений по образцу: лекция-изложение, лекция-объяснение, лабораторные работы, контрольная работа и др.

Использование традиционных технологий обеспечивает ориентирование студента в потоке информации, связанной с различными подходами к определению сущности, содержания, методов, форм развития и саморазвития личности; самоопределение в выборе оптимального пути и способов личностно-профессионального развития; систематизацию знаний, полученных студентами в процессе аудиторной и самостоятельной работы. Лабораторные занятия обеспечивают развитие и закрепление умений и навыков определения целей и задач саморазвития, а также принятия наиболее эффективных решений по их реализации.

Интерактивные формы обучения, предполагающие организацию обучения как продуктивной творческой деятельности в режиме взаимодействия студентов друг с другом и с преподавателем

Использование интерактивных образовательных технологий способствует повышению интереса и мотивации учащихся, активизации мыслительной деятельности и творческого потенциала студентов, делает более эффективным усвоение материала, позволяет индивидуализировать обучение и ввести экстренную коррекцию знаний.

При проведении лабораторных занятий используются групповая работа, технология коллективной творческой деятельности, технология сотрудничества, ролевая игра, обсуждение проблемы в форме дискуссии, дебаты, круглый стол. Данные технологии обеспечивают высокий уровень усвоения студентами знаний, эффективное и успешное овладение умениями и навыками в предметной области, формируют познавательную потребность и необходимость дальнейшего самообразования, позволяют активизировать исследовательскую деятельность, обеспечивают эффективный контроль усвоения знаний.

### **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. Мандыч, И. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / И. А. Мандыч. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 75 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/163841> (дата обращения: 12.01.2022). — Режим доступа: по подписке.

2. Сергеев, Л. И. Цифровая экономика : учебник для вузов / Л. И. Сергеев, А. Л. Юданова ; под редакцией Л. И. Сергеева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 332 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13619-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497448> (дата обращения: 13.01.2022). - Режим доступа: по подписке.

#### **б) Дополнительная литература:**

1. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О. В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN

978-5-16-013017-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1659834> (дата обращения: 12.01.2022). – Режим доступа: по подписке.

2. Мандыч, И. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / И. А. Мандыч. — Москва : РТУ МИРЭА, 2021 — Часть 2 — 2021. — 64 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/176560> (дата обращения: 12.01.2022). — Режим доступа: по подписке.

3. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14897-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489784> (дата обращения: 12.01.2022). - Режим доступа: по подписке.

#### **в) Методические указания:**

1. Информационные технологии в экономике и управлении: применение MS Excel для задач обработки и анализа данных : практикум / А. В. Липатников, В. Ш. Трофимова, Н. А. Реент и др. ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2015. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL : <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3874.zip&show=dcatalogues/1/1123947/3874.zip&view=true> (дата обращения: 09.01.2021). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Демиденко, Л. Л. Программные средства реализации информационных технологий в LibreOffice. Часть 1 : учебное пособие [для вузов] / Л. Л. Демиденко ; Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2020. - 1 CD-ROM. - ISBN 978-5-9967-2046-0. - Загл. с титул. экрана. - URL : <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=4313.pdf&show=dcatalogues/1/1542396/4313.pdf&view=true> (дата обращения: 22.01.2021). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

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

##### **Программное обеспечение**

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно	бессрочно
LibreOffice	свободно	бессрочно

##### **Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Название курса	Ссылка
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: <a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	<a href="https://magtu.informsystema.ru/Marc.html?locale=ru">https://magtu.informsystema.ru/Marc.html?locale=ru</a>

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

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:



Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: Персональный компьютер (или ноутбук) с пакетом MS Office, с выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Доска, мультимедийный проектор, экран. Мультимедийные презентации к лекциям, учебно-наглядные пособия

Учебные аудитории для проведения лабораторных (практических) занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации : Персональные компьютеры с пакетом MS Office, с выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Комплекс лабораторных (практических) работ, тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.

Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ): Персональные компьютеры с пакетом MS Office, с выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Комплекс лабораторных (практических) работ, тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: Персональные компьютеры с пакетом MS Office, с выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: Стеллажи для хранения учебно-наглядных пособий и учебно-методической документации.

## Приложение 1.

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

По дисциплине «Информационные технологии в профессиональной деятельности» предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.

В ходе изучения дисциплины используются:

- возможности образовательного портала ФГБОУ ВО «МГТУ» для предоставления студентам методических материалов, графика самостоятельной работы, расписания консультаций, заданий для самостоятельного выполнения и рекомендуемых тем для самостоятельного изучения;

- традиционные технологии обучения в виде лекционных занятий с использованием мультимедийных средств и лабораторных практикумов в компьютерных классах вычислительного центра ФГБОУ ВО «МГТУ».

Аудиторная самостоятельная работа студентов предполагает решение персональных аналитических задач на лабораторных занятиях и в ходе самостоятельной работы.

Для реализации предусмотренных видов учебной работы используются различные образовательные технологии.

Традиционные образовательные технологии – лабораторные работы, с практическими задачами из профессиональной области.

При выполнении лабораторных и индивидуальных заданий использовались интерактивные технологии такие как: семинар-дискуссия, мозговой штурм, выполнение лабораторных исследовательских работ.

*Пример аудиторной лабораторной работы*

**Лабораторная работа. Технологии электронной коммерции**

1. Изучите и дайте характеристику виртуализации и облачным технологиям (SaaS, PaaS, IaaS). Каково применение этих технологий в ЭК?
2. Изучите и дайте характеристику технологии Big Data, применению этой технологии в ЭК.
3. Изучите и дайте характеристику мобильным технологиям в ЭК.
4. Используя данные РосКомСтата (<http://www.gks.ru/>) и аналитических агентств, помещенные в сети Интернет, приведите данные по проникновению сети Интернет среди населения РФ, данные по использованию мобильных устройств для решения бизнес-задач. На сайте РосКомСтата для этого выполняются команды Наука, инновации и информационное общество —> Информационное общество —> Мониторинг развития информационного общества —> Использование Интернет. Прокомментируйте полученные данные
5. Составьте штатное расписание рекламного агентства, работающего в сети Интернет. Результаты поместите в прилагаемую таблицу.

№	Код	ФИО	Должность	Оклад	Адрес	Телефон	Примечание (0,5 ставки, 0,25 ставки, отпуск, бюллетень)

6. Самостоятельно оцените и обоснуйте доли (в %) статей разовых расходов, связанных с открытием интернет-магазина. Рассмотрите следующие статьи расходов: государственная регистрация предприятия, регистрация ККМ (контрольно-кассовых машин), создание сайта интернет-магазина, приобретение, установка и наладка программного обеспечения, приобретение, установка и наладка аппаратных устройств и оборудования, подключение к сети Интернет, регистрация домена.
7. Самостоятельно оцените и обоснуйте доли (в %) статей месячных расходов, связанных с работой интернет-магазина. Рассмотрите следующие статьи расходов: аренда помещения, заработная плата сотрудникам, расходы на амортизацию оборудования, транспортные расходы, реклама, продвижение сайта, коммунальные платежи, налоги, связь, мобильная связь, оплата хостинга и трафика.
8. Самостоятельно, используя интернет-источники, оцените преимущества и недостатки аренды (аутсорсинга) облачной ИТ-инфраструктуры предприятия торговли.
9. Опишите должностные характеристики персонала интернет-магазина

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов осуществляется в виде изучения литературы по соответствующему разделу с проработкой материала, и выполнения домашних заданий (подготовка к лабораторным работам, выполнения творческих заданий) с консультациями преподавателя.

*Пример творческого задания*

1. Установите на своем компьютере бесплатную маркетинговую программу SerpParser. Опишите ее назначение и возможности.
2. Научитесь вводить в систему SerpParser поисковые фразы, цели и источники. По результатам работы составьте отчет по вводу конкретных значений.
3. С помощью программы SerpParser определите, сколько запросов в месяц делают пользователи по выбранной вами поисковой фразе, используя в качестве цели

адреса двух сайтов, один из которых принадлежит конкуренту. В качестве источников выберите поисковые системы Google и Yandex. По результатам работы составьте отчет.

4. Используя систему SerpParser, составьте отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия по месяцам и дням.

5. Используя систему SerpParser, составьте отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия, приходящих из разных поисковых систем. Исходные данные возьмите из и. 2.

6. Перечислите и дайте пояснение специфическим терминам, используемым в интернет-маркетинге.

7. Дайте пояснение аббревиатурам SMM и SMO. В каких каналах и для чего они применяются?

8. Что понимают под продвижением сайта, какие технологии для этого применяются?

9. Какой показатель применяется для оценки эффективности вложений в рекламу, как он определяется и измеряется?

10. Что характеризует показатель CTR в интернет-маркетинге, как он определяется, каковы типичные значения этого показателя? Какие мероприятия применяются для повышения значения этого показателя?

## Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

## а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ОПК-5: Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.		
ОПК-5.1	Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные информационные технологии и программное обеспечение	<p><i>Примерный перечень вопросов к зачету в форме теста:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цифровом маркетинг — это: <ul style="list-style-type: none"> <li>• реализация маркетинговой деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий и систем;</li> <li>• маркетинговая деятельность субъектов электронного рынка в среде интернета;</li> <li>• использование в маркетинге баз данных, веб-приложений и CRM- систем;</li> <li>• маркетинговая деятельность на основе интегрированных систем управления ресурсами предприятия.</li> </ul> </li> <li>2. К цифровым товарам и услугам не относятся: <ul style="list-style-type: none"> <li>• электронные агрегаторы;</li> <li>• программное обеспечение;</li> <li>• электронные книги, видео- и аудиоматериалы;</li> <li>• электронные билеты.</li> </ul> </li> <li>3. Комплекс маркетинговых коммуникаций в интернете не включает в себя: <ul style="list-style-type: none"> <li>• SEB;</li> <li>• SEO;</li> <li>• SMM;</li> <li>• SMO.</li> </ul> </li> <li>4. Реклама в интернете не включает в себя: <ul style="list-style-type: none"> <li>• рекламу в распределенных информационных хранилищах;</li> <li>• медийную рекламу;</li> <li>• контекстную рекламу;</li> <li>• рекламу в социальных медиа.</li> </ul> </li> <li>5. Рекламными носителями в интернете не являются: <ul style="list-style-type: none"> <li>• социальные агрегаторы;</li> <li>• текстовые блоки;</li> <li>• баннеры;</li> <li>• видеореклама.</li> </ul> </li> <li>6. К социальным медиа не относятся: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Корпоративные порталы порталы;</li> </ul> </li> </ol>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• виртуальные игры и виртуальные миры;</li> <li>• геосоциальные сервисы;</li> <li>• сообщества по производству совместного контента</li> </ul> <p>7. Направлением маркетинга в социальных сетях не является:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• управление социальными сетями;</li> <li>• мониторинг социальных сетей;</li> <li>• продвижение в социальных сетях;</li> <li>• клиентская поддержка в социальных сетях.</li> </ul> <p>8. Для привлечения аудитории социальных медиа на бренд-платформу не используется:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• агрегация;</li> <li>• френдинг;</li> <li>• посев контента;</li> <li>• реклама.</li> </ul> <p><i>Примерное практическое задание</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Исследуйте поисковый запрос по сайту МГТУ им. Г.И. Носова. Проанализируйте, что люди ищут в интернете относительно вузов, как люди ищут информацию о вузах. Сформируйте на основе поискового спроса, клиентского спроса, структуру страниц на сайте.</li> <li>2. Проведите аудит коммерческих факторов сайта МГТУ им. Г.И. Носова и предложите новую структуру и новые страницы.</li> <li>3. Проанализируйте сайты конкурентов, составьте таблицу с выявленными факторами (баннеры, меню, фильтры, контентная часть, сколько телефонов, сколько товаров, сколько страниц, сколько категорий, есть ли отзывы, есть ли акции, есть ли предложения, есть ли текст, сколько текста).</li> <li>4. Проведите маркетинговый аудит сайта кафедры при помощи инструмента «4 почему».</li> </ol>
ОПК-5.2	Использует для решения профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, предварительно оценив возможность и	<p><i>Примерный перечень вопросов к зачету в форме теста:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основой Performance-маркетинга и Performance-Based-рекламы в интернете являются; <ul style="list-style-type: none"> <li>• информационно-аналитические сервисы и технологии;</li> <li>• облачные сервисы и технологии;</li> <li>• системы Ad River и Taobao;</li> <li>• RTB-системы.</li> </ul> </li> <li>2. Источниками интернет-графика не являются:</li> </ol>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	целесообразность их использования	<ul style="list-style-type: none"> <li>• биржи ссылок;</li> <li>• навигационные сервисы;</li> <li>• переходы по ссылке;</li> <li>• закладки в браузере.</li> </ul> <p>3. Оптимизация сайта для поисковых машин (SEO) — это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• комплекс действий по изменению характеристик сайта, преследующий своей целью продвижение ссылок на этот сайт в зону видимости поисковых машин;</li> <li>• оптимизация контента сайта в соответствии с его семантическим ядром;</li> <li>• повышение ссылочной массы сайта;</li> <li>• комплекс действий по оптимизации контента и ссылочной массы сайта, преследующий своей целью продвижение ссылок на этот сайт в зону видимости поисковых машин.</li> </ul> <p>4. Поисковая система не включает в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• поисковых обучающих роботов;</li> <li>• поисковый движок;</li> <li>• поисковых и индексирующих роботов;</li> <li>• систему распределенных баз данных.</li> </ul> <p>5. Какой из сайтов не содержит поисковую машину в интернете:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Yahoo.com;</li> <li>• Yandex.ru;</li> <li>• Google.com;</li> <li>• Mail.ru?</li> </ul> <p>6. Факторы ранжирования Яндексом коммерческих сайтов не включают в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SMO;</li> <li>• внешний вид сайта;</li> <li>• ассортимент;</li> <li>• удобство сайта.</li> </ul> <p>7. В состав современных CRM-систем не входят модули, автоматизирующие бизнес-процессы в области управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• качеством;</li> <li>• продажами;</li> <li>• электронной коммерцией;</li> <li>• взаимодействием с клиентами и другими целевыми аудиториями.</li> </ul> <p><i>Примерное практическое задание</i></p> <p>1. Исследуйте поисковый запрос по сайту МГТУ им. Г.И. Носова. Проанализи-</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>руйте, что люди ищут в интернете относительно вузов, как люди ищут информацию о вузах. Сформируйте на основе поискового спроса, клиентского спроса, структуру страниц на сайте.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Проведите аудит коммерческих факторов сайта МГТУ им. Г.И. Носова и предложите новую структуру и новые страницы.</li> <li>3. Проанализируйте сайты конкурентов, составьте таблицу с выявленными факторами (баннеры, меню, фильтры, контентная часть, сколько телефонов, сколько товаров, сколько страниц, сколько категорий, есть ли отзывы, есть ли акции, есть ли предложения, есть ли текст, сколько текста).</li> <li>4. Проведите маркетинговый аудит сайта кафедры при помощи инструмента «4 почему».</li> </ol>
<p>ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.</p>		
ОПК-6.1.	Осуществляет поиск, анализ и синтез информации с использованием информационных технологий	<p><i>Примерный перечень теоретических вопросов к зачету</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сформулируйте современное понятие информации.</li> <li>2. В чем суть онтологического и методологического подходов к понятию информации?</li> <li>3. Перечислите свойства информации.</li> <li>4. Какими показателями качества характеризуется экономическая информация?</li> <li>5. Перечислите характеристики, положенные в основу классификации информации.</li> <li>6. Проведите сравнение таких понятий, как сигнал, сообщение, знак, буква, символ, данные, знания.</li> <li>7. В чем различие между аналоговыми, дискретными, квантованными и цифровыми сигналами?</li> <li>8. В чем разница между информацией, данными и знаниями?</li> <li>9. Назовите меры, единицы количества и объема информации.</li> </ol> <p><i>Пример практического задания:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вы подошли к светофору, когда горел желтый свет. После этого загорелся зеленый. Какое количество информации вы при этом получили?</li> <li>2. Информационное сообщение объемом 1,5</li> </ol>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>Кбайта содержит 3072 символа. Сколько символов содержит алфавит, при помощи которого было записано это сообщение?</p> <p>3. Решите уравнение:  <math>523_6 + 65_8 + 1000_2 + 2A_{16} = X_5</math></p>
ОПК-6.2.	<p>Применяет технологии обработки данных, выбора данных по критериям; строит типичные модели решения предметных задач по изученным образцам</p>	<p><i>Примерный перечень теоретических вопросов к зачету</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Перечислите основные способы преобразования информации.</li> <li>2. Какие существуют этапы развития информационных технологий? Перечислите особенности, достоинства и недостатки каждого этапа.</li> <li>3. Назовите характеристики каждой информационной революции.</li> <li>4. Опишите предметную область информатики и укажите в ней место ИТ.</li> <li>5. Опишите предметную область computer science и укажите в ней место ИТ.</li> <li>6. Назовите три основных класса информационных технологий.</li> <li>7. Укажите классы ИТ, выделяемые по типу обрабатываемых данных.</li> <li>8. Назовите классы ИТ, выделяемые по способу объединения.</li> <li>9. Сформулируйте экономический закон развития ИТ Гордона Мура</li> <li>10. В чем суть законов развития ИТ Билла Макрона и Артура Рока?</li> <li>11. Сформулируйте экономический закон фотона.</li> </ol> <p><i>Пример практического задания:</i></p> <p>Используя доступный вам табличный процессор создать электронный табель учета рабочего времени. Для этого:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Создать бланка табеля;</li> <li>2. Заполнить область ввода;</li> <li>3. Заполнить расчетную область необходимыми формулами расчета</li> <li>4. Сформировать даты праздников;</li> <li>5. определить праздничные дни в табеле;</li> <li>6. Определить выходные дни в табеле;</li> <li>7. Определить часы, отработанные в выходные и</li> </ol>



Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ОПК-6.3.	Использует современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности	<p><i>Примерный перечень теоретических вопросов к зачету</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Каковы основные характеристики предприятия как объекта управления?</li> <li>2. Назовите этапы развития информационных технологий менеджмента и дайте характеристику методов управления.</li> <li>3. Дайте сравнительную характеристику информационных систем классов MRP и MRP II.</li> <li>4. Каково различие информационных систем классов ERP, ERP II?</li> <li>5. Как сформулировать концепцию менеджмента «сотрудничества» (MBC)?</li> <li>6. Назовите характерные черты менеджмента «бизнеса по требованию» (Business on Demand).</li> <li>7. Каково назначение информационных систем управления эффективностью бизнеса (BPM-систем)?</li> <li>8. Как осуществляется улучшение бизнес-процессов (Business Process Improvement)?</li> <li>9. Дайте характеристику системы сбалансированных показателей (BSC).</li> <li>10. Назовите типовой состав функциональных модулей корпоративной информационной системы.</li> </ol> <p><i>Пример практического задания</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Приведите доводы за или против утверждения, что интернет-маркетинг работает с помощью базовой аналитики.</li> <li>2. Предложите свое решение: компании необходимо проследить, как клиент проходит через все отделы компании, на каком этапе он совершает покупку, как каждое подразделение влияет на поведение пользователя.</li> <li>3. Предложите решение в области продуктовой аналитики заводу стальных дверей, которому нужно знать в каких регионах востребованы те или иные типы дверей и цвета, где выше спрос и величина спроса.</li> <li>4. Задача: клиент — крупный российский завод-производитель сайдинговых панелей. Проблема — требовалось понять, что происходит с заявками, которые завод отправляет дилерам. Не было данных, чтобы выбрать, кому отдать заказы, выявить дилеров-лодырей и узнать, кто продаёт</li> </ol>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		продукцию конкурентов вместо нашей. Ваши действия?

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

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

***Показатели и критерии:***

– на оценку **«зачтено»** – обучающийся показывает высокий уровень сформированности компетенций, т.е. принимает активное участие в обсуждении, владеет терминологическим аппаратом, демонстрирует знания в области эконометрического моделирования; осуществляет выбор эффективной модели, на основе проведения необходимых расчетов и учета всех представленных в условии показателей, грамотно обосновывает свое решение и формулирует необходимые выводы.

– на оценку **«не зачтено»** – результат обучения не достигнут, обучающийся не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач