

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Светлана Игоревна

Должность: Ректор ФГОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 01.02.2021 09:29:07

Уникальный программный код:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт менеджмента

Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 29 апреля 2020 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины

Б1.О.03.02 Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях

Основная профессиональная образовательная программа

Направление 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ программа "Реклама и связи с общественностью"

Методический отдел УМУ

« 10 » _____ 20__ г.

_____ / _____

Научная библиотека СГЭУ

« 10 » _____ 20__ г.

_____ / _____

Рассмотрено к утверждению

на заседании кафедры Маркетинга, логистики и рекламы

(протокол № 7 от 28.02.2020г.)

Зав. кафедрой _____ / Л.А. Сосунова /

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях входит в обязательную часть блока Б1. Дисциплины (модули)

Последующие дисциплины по связям компетенций: Цифровые коммуникации

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

Планируемые результаты обучения по дисциплине			
Описание ИДК	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ОПК-6_ИДК1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.	ОПК6з1 Технологические инновации и современное программное обеспечение в рекламной деятельности.	ОПК6у1 Использовать инновационные технологии в информационном обеспечении и организации в рекламой деятельности.	ОПК6в1 Теоретическими и практическими навыками интеллектуальных технологий в сфере рекламы.
ОПК-6_ИДК2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	ОПК6з2 Основные программные продукты в сфере рекламы.	ОПК6у2 Использовать компьютерные программы в рекламной деятельности с учетом отечественного и зарубежного опыта.	ОПК6в2 Осуществлять поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную рекламную деятельность.
ОПК-6_ИДК3 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое	ОПК6з3 Технологические инновации и современное программное обеспечение в	ОПК6у3 Использовать инновационные технологии в информационном обеспечении и	ОПК6в3 Теоретическими и практическими навыками интеллектуальных

техническое оборудование и программное обеспечение. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	рекламной деятельности. Основные программные продукты в сфере рекламы.	организации в рекламой деятельности. Использовать компьютерные программы в рекламой деятельности с учетом отечественного и зарубежного опыта.	технологий в сфере рекламы. Осуществлять поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную рекламную деятельность.
--	---	--	--

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 1
Контактная работа, в том числе:	13.15/0.37
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03
Самостоятельная работа, в том числе:	92.85/2.58
Промежуточная аттестация	2/0.06
Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
						Практич. занятия	

1.	Теоретические основы информационных технологии и баз данных	2	4			40	ОПК-6_ИДК1 ОПК-6_ИДК2 ОПК-6_ИДК3	
2.	Практическое использование информационных технологии и баз данных в прикладных коммуникациях	2	4			52.85	ОПК-6_ИДК1 ОПК-6_ИДК2 ОПК-6_ИДК3	
	Контроль	2						
	Итого	4	8	0.15	1	92.85		

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Теоретические основы информационных технологии и баз данных	лекция	Теоретические основы информационных технологии и баз данных
2.	Практическое использование информационных технологии и баз данных в прикладных коммуникациях	лекция	Практическое использование информационных технологии и баз данных в прикладных коммуникациях

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Теоретические основы информационных технологии и баз данных	практическое занятие	Понятие и виды ИТ и баз данных
2.	Практическое использование информационных технологии и баз данных в прикладных коммуникациях	практическое занятие	Современные направления развития и практического применения информационных технологии и баз данных в прикладных коммуникациях

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Теоретические основы информационных технологии и баз данных	- подготовка доклада - тестирование
2.	Практическое использование информационных технологии и баз данных в прикладных коммуникациях	- подготовка доклада - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 109 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/441313>

Дополнительная литература

1. Шапцев, В. А. Теория информации. Теоретические основы создания информационного общества : учебное пособие для вузов / В. А. Шапцев, Ю. В. Бидуля. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 177 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-02989-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/434455>
2. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В.Н. Наумов. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 404 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/21026. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/995939>

Литература для самостоятельного изучения

1. Балдин К.В, Уткин В.Б. Информационные системы в экономике. ИТК «Дашков и К» . 2012. - 395с. ISBN 978-5-394-01449-9. Электронный ресурс. <http://ibooks.ru/reading.php?productid=24780>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

Для проведения занятий лекционного типа используются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия в виде презентационных материалов, обеспечивающих тематические иллюстрации.

5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

Лаборатория информационных технологий в профессиональной деятельности	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ Лабораторное оборудование
---	--

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	-
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГБОУ ВО СГЭУ №10 от 29.04.2020г.

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

Планируемые результаты обучения по дисциплине				
Описание ИДК	Уровень сформированности	Знать	Уметь	Владеть (иметь навыки)
ОПК-6_ИДК1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.	Пороговый	ОПК6з1 Технологические инновации и современное программное обеспечение в рекламной деятельности.	ОПК6у1 Использовать инновационные технологии в информационном обеспечении и организации в рекламой деятельности.	ОПК6в1 Теоретическими и практическими навыками интеллектуальных технологий в сфере рекламы.
ОПК-6_ИДК2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Базовый	ОПК6з2 Основные программные продукты в сфере рекламы.	ОПК6у2 Использовать компьютерные программы в рекламной деятельности с учетом отечественного и зарубежного опыта.	ОПК6в2 Осуществлять поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную рекламную деятельность.

<p>ОПК-6_ИДК3</p> <p>Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>Повышенный</p>	<p>ОПК6з3</p> <p>Технологические инновации и современное программное обеспечение в рекламной деятельности.</p> <p>Основные программные продукты в сфере рекламы.</p>	<p>ОПК6у3</p> <p>Использовать инновационные технологии в информационном обеспечении и организации в рекламной деятельности.</p> <p>Использовать компьютерные программы в рекламной деятельности с учетом отечественного и зарубежного опыта.</p>	<p>ОПК6в3</p> <p>Теоретическими и практическими навыками интеллектуальных технологий в сфере рекламы.</p> <p>Осуществлять поиск и внедрение технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональную рекламную деятельность.</p>
--	-------------------	--	--	--

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Теоретические основы информационных технологии и баз данных	ОПК-6_ИДК1 ОПК-6_ИДК2 ОПК-6_ИДК3	Оценка докладов тестирование	зачет
2.	Практическое использование информационных технологии и баз данных в прикладных коммуникациях	ОПК-6_ИДК1 ОПК-6_ИДК2 ОПК-6_ИДК3	Оценка докладов тестирование	зачет

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
-------------------	------

Теоретические основы информационных технологии и баз данных	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие информации и информационного ресурса 2. Электронные информационные ресурсы в маркетинге 3. Качество информации и факторы, его определяющие 4. Маркетинг и информационное общество: развитие теории и концепций 5. Искусственный интеллект в маркетинге 6. КИС и ее маркетинговые функции 7. Различные подходы к понятию маркетинговой информационной системы 8. Изменение комплекса маркетинга в цифровой экономике 9. Развитие возможностей интернет-маркетинга для бизнеса
Практическое использование информационных технологии и баз данных в прикладных коммуникациях	<ol style="list-style-type: none"> 10. Обзор современных информационных технологий в рекламе 11. Облачные вычисления в маркетинге 12. Виртуальные технологии в маркетинге: плюсы и минусы 13. Современные инструменты работы с информацией 14. CRM. Перспективы развития 15. Обзор программных продуктов автоматизации маркетинга

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций размещены в ЭИОС СГЭУ, <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

CRM (Customer Relationships Management) – это

- системы управления взаимоотношениями с клиентами, в центре внимания которых находится клиент компании
- планирование производственных ресурсов
- планирование потребности в материалах, связанной с оптимальным распределением по времени закупок материалов и комплектующих

Что может быть формой экономической реализации (обмена, присвоения, использования, потребления) информации?

- информационная услуга, информационный продукт
- слово
- буква

Источниками внешней информации для маркетинговой информационной системы являются:

- результаты полевых маркетинговых исследований
- опросы
- наблюдения
- прайс-листы компании

Совокупность интегрированных средств технического и программно-аппаратного характера, а также информации, предназначенной для публикации во Всемирной паутине

- интернет-ресурс
- программный продукт
- информационная система

В зависимости от индикации информационные потоки делятся на:

- цифровые, символические, алфавитные, звуковые

- закупочные, транспортные, складские, распределительные, сервисные
- регулярные, оперативные, периодические

Характеристики маркетинговой информации

- адресность
- наглядность представления
- прагматичность
- возможность быстрой передачи

Отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, банках данных, других информационных системах).

- информационный актив
- информационный ресурс
- информационная система

Чье высказывание: «Именно запасы знаний и потоки информации направляют выбор»?

- Фриц Махлуп
- Стив Джобс
- К.Маркс

Отображает формально-структурные характеристики информации и не затрагивает ее смыслового содержания

- синтаксическая адекватность
- семантическая адекватность
- прагматическая адекватность

МИС должна соответствовать различным международным, государственным, промышленным и прочим стандартам. Данный принцип относится к принципу:

- открытости
- ориентированности
- точности

Затраты на внедрение МИС включают:

- затраты на приобретение дополнительной техники, затраты на работу сторонних консультантов по запуску системы
- затраты на разработку новых форм отчетности, создание новых рабочих мест, затраты на поддержку работоспособности оборудования, операционных систем, сервера
- затраты на реинжиниринг бизнес-процессов, частичная или полная модернизация системы

Системы управления взаимоотношениями с потребителями – это системы класса

- CRM
- ERP
- MRP

По назначению информации потоки делятся на:

- директивные, организационные, нормативно-справочные, научные
- закупочные, транспортные, складские, распределительные, сервисные
- регулярные, оперативные, периодические

Цифровые активы в отличие от физических используются, но не расходуются – это:

- закон цифровых активов
- предположение цифровой экономики
- свойство информационного потока

Правильно ли утверждение: Производство информационного продукта связано с высокими постоянными затратами, но с низкими предельными издержками

- да
- нет

Документ согласительного плана между клиентом и исполнителем, в которой закрепляются важные параметры и данные разрабатываемого продукта или услуги

- бриф
- накладная

Графоаналитический метод исследования информационных потоков основан на

- построении информационного графа и анализа его матрицы смежности
- описании потоков информации в виде графической схемы в системе координат
- построении схемы документооборота предприятия

Используются для автоматизации всех функций фирмы и охватывают весь цикл работ от проектирования до сбыта продукции:

- корпоративные системы
- универсальные системы
- специализированные системы

Цель создания маркетинговой информационной системы

- используя внешние и внутренние источники информации, выявляет взаимосвязь компании с рынком и обеспечивая своевременной и достоверной информацией, служит развитию компании
- используя системный подход управления, добиваться достижения целей функционирования компании

Этапы развития CRM

- Операционный
 - Аналитический
 - Коллаборационный
- Эмоциональный

Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)

Раздел дисциплины	Задачи

Тематика контрольных работ

Раздел дисциплины	Темы

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Теоретические основы информационных технологии и баз данных	<ol style="list-style-type: none">1. Понятие информационного маркетинга.2. Информация как экономический ресурс.3. Понятие и виды информации в маркетинге4. Характеристики информации. Параметры оценки информации для принятия управленческого решения в маркетинге5. Качество информации и его влияние как принятие управленческих решений.

	<ol style="list-style-type: none"> 6. Современные способы управления информационным обеспечением маркетинга. 7. Информационная система маркетинга, описание ее подсистем 8. Пользователи информационной маркетинговой системы. 9. Работа с маркетинговой информацией в Интернете. 10. Информационный маркетинг в Интернете. 11. Электронные информационные ресурсы. 12. Современные тенденции развития информационных технологий в маркетинге (с примерами)
<p>Практическое использование информационных технологии и баз данных в прикладных коммуникациях</p>	<ol style="list-style-type: none"> 13. Работа со справочной и оперативной маркетинговой информацией в программном продукте компании 1С. 14. Создание информационной базы коммерческого предприятия. 15. Настройка параметров учета. 16. Создание необходимых справочников. 17. Работа с документами: создание, статусы документов, цепочки документов. 18. Работа с аналитической информацией в программном продукте компании 1С. 19. Создание отчетов. 20. Отчет по продажам, отчет по закупкам. 21. работа с CRM-модулем программы. 22. Отчет о результатах работы компании за период. 23. Виртуальные представительства компаний. 24. Преимущества и недостатки цифровых коммуникаций 25. Современные концепции информационной экономики 26. Обзор современных информационных технологий в рекламе 27. Облачные вычисления в рекламе и PR 28. Виртуальные технологии в маркетинге: плюсы и минусы 29. Современные инструменты работы с информацией 30. CRM. Перспективы развития 31. Обзор программных продуктов автоматизации маркетинга 32. Анализ сервисов цифровых коммуникаций 33. Перспективы развития цифровых коммуникаций 34. Сети новых поколений 35. Виртуальные образы в рекламе и PR 36. Развитие искусственного интеллекта

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	ОПК-6_ИДК1
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне