

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки
23.03.02 Наземные транспортно-технологические
комплексы,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Информационные технологии

Направление подготовки: 23.03.02 Наземные транспортно-
технологические комплексы

Направленность (профиль): Транспортный и промышленный дизайн

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 170737
Подписал: заместитель директора академии Паринов Денис
Владимирович
Дата: 14.12.2023

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Цель:

- освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области современных информационных технологий и систем в маркетинге.

Задачи:

- формирование знаний по информационным технологиям в решении маркетинговых задач;

- формирование умений использования информационных технологий в решении маркетинговых задач и ведение маркетинговых баз данных по различным показателям функционирования организаций;

- формирование навыков решения маркетинговых задач с использованием информационных технологий и ведение маркетинговых баз данных по различным показателям функционирования организаций;

- раскрыть возможности применения вычислительной техники и информационных технологий в профессиональной деятельности;

- изучение основных теоретических вопросов и рассмотрение существующего российского и зарубежного практического опыта по созданию, функционированию и

развитию информационных систем и технологий, используемых в маркетинге.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-4 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Знать:

Основные принципы обработки и анализа маркетинговой информации с использованием информационно коммуникационных технологий.

Уметь:

применять маркетинговую информацию с использованием информационно коммуникационных технологий.

Владеть:

способностью обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 з.е. (72 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №6
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	32	32
В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16
Занятия семинарского типа	16	16

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 40 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Тема 1. Базовые понятия ИТ в маркетинге. Понятие информации и информационных технологий. Виды информационных технологий. Функциональные области применения информационных технологий.
2	Тема 2. Современное состояние и тенденции развития ИТ в маркетинге. Современные информационные системы. Виды информационных систем. Комплексные информационные системы и место в них маркетинговой информационной системы. Стратегия развития информационных систем.
3	Тема 3. Методы и средства получения, хранения, обработки маркетинговой информации. Роль и место информации в маркетинге. Понятие маркетинговой информации. Источники первичной и вторичной информации. Маркетинговые базы данных. Обработка маркетинговой информации. Методы подготовки и проведения маркетинговых исследований с использованием информационно-коммуникационных технологий.
4	Тема 4. Автоматизированная информационная система (АИС) маркетинга. Автоматизация. Автоматизированная информационная система. Маркетинговая информационная система и ее автоматизация. Взаимосвязь АИС маркетинга с информационными системами предприятия. Роль АИС маркетинга в бизнесе.
5	Тема 5. Обработка данных средствами MS Excel в командном режиме. Работа с листами рабочей книги. Работа с формулами и Мастером функций. Анализ данных с использованием логических операторов и функций. Работа с датами и текстовыми данными. Построение и оформление диаграмм и графиков. Мастер диаграмм. Применение финансово-экономических и статистических функций.
6	Тема 6. Программирование в среде VBA Excel. Решение типовых задач. Основные элементы языка VBA. Ввод и вывод данных. Оператор присваивания типа данных. Управляющие операторы. Массивы и пользовательские типы данных. Операторы функций и подпрограмм. Отладка программ. Задачи на линейные, циклические и разветвляющиеся алгоритмы. Задачи на массивы. Сортировка данных. Интернет-технологии в маркетинге. Программные продукты в маркетинговой деятельности. Эффективность информационной системы маркетинга. CRM «Marketing Analitic». CRM GALLOPER. CRM Terrasoft.
7	Тема 7. Информационные технологии решения маркетинговых задач. Характеристика рынка ПО для решения задач маркетинга и рекламы.
8	Тема 8. Информационные технологии решения маркетинговых задач. Рынок маркетинговых информационных систем.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Тема 1. Информационные процессы в маркетинге и рекламе. Рекламные технологии компьютерного рынка.
2	Тема 2. Информационные процессы в маркетинге и рекламе. Анализ источников маркетинговой информации.
3	Тема 3. Информационные процессы в маркетинге и рекламе. Маркетинговая информация компании.
4	Тема 4. Информационные процессы в маркетинге и рекламе. Информационные технологии анализа данных. Работа с пакетом анализа MS Excel.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
5	Тема 5. Автоматизация информационных процессов в маркетинге. Компьютерные технологии обработки маркетинговой информации.
6	Тема 6. Автоматизация информационных процессов в маркетинге. Базы данных в маркетинге и рекламе. Разработка структуры БД по заданной тематике в среде Access.
7	Тема 7. Информационные технологии решения маркетинговых задач. Информационные технологии анализа данных. Работа с пакетом SPSS.
8	Тема 8. Информационные технологии решения маркетинговых задач. Интернет-сервисы анализа рекламной компании конкурентов.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Изучение дополнительной литературы.
2	Подготовка к практическим занятиям.
3	Подготовка к промежуточной аттестации.
4	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Абдуллаева, О. С., Информационные технологии : учебник / О. С. Абдуллаева, А. И. Исомиддинов, С. Х. Абдуллаева. — Москва : Русайнс, 2024. — 189 с. — ISBN 978-5-466-04865-0.	https://book.ru/book/952337 (дата обращения: 17.05.2024). — Текст : электронный.
2	Коломейченко, А. С. Информационные технологии / А. С. Коломейченко, Н. В. Польшакова, О. В. Чеха. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 212 с. — ISBN 978-5-507-45293-4	https://e.lanbook.com/book/264086 (дата обращения: 17.05.2024). — Текст : электронный

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (<https://www.miit.ru/>).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (<http://library.miit.ru>).

Образовательная платформа «Юрайт» (<https://urait.ru/>).

Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант».

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).

Электронно-библиотечная система ibooks.ru (<http://ibooks.ru/>).

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Microsoft Internet Explorer (или другой браузер).

Операционная система Microsoft Windows.

Microsoft Office.

Figma.

Adobe Photoshop.

Adobe Illustrator.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные компьютерной техникой и наборами демонстрационного оборудования.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 6 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент Академии "Высшая
инженерная школа"

Н.А. Любавин

Согласовано:

Заместитель директора академии

Д.В. Паринов

Председатель учебно-методической
комиссии

Д.В. Паринов