

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА
для подготовки бакалавров по направлению 080200.62 «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»
(Аннотация)

Цели освоения дисциплины

Дисциплина «Информационные системы маркетинга» предназначена для студентов 3 курса, обучающихся по направлению 080200.62 «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

Целью дисциплины являются: изучение основ современных теорий информационных систем; разработка и применение в практике маркетинговой деятельности специализированных информационных систем.

Основными задачами дисциплины являются изучение теоретических основ информационных систем маркетинга; формирование у студентов понимания маркетинговых технологий создания информационных систем; изучение методики работы в программных продуктах необходимых для выполнения должностных обязанностей специалиста по маркетингу; изучение основных видов программных продуктов, используемых для создания различных презентаций, видео - и аудио-роликов, коллажей и т.д.; изучение практических подходов к использованию информационных систем в решении задач маркетинга; формирование у студентов навыков создания баз данных маркетинга; анализ современных систем управления взаимоотношениями с клиентами; формирование теоретических знаний и практических навыков использования Интернет в сфере маркетинга; отработка навыков использования методов оценки эффективности информационных систем маркетинга.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3Е, 108 часов.

Содержание дисциплины

Введение в дисциплину «Информационные системы в маркетинге», основные понятия и определения. Классификация и компоненты информационных систем. Эффективность работы информационной системы.

Маркетинговая информационная система, система анализа маркетинговой информации. Технические средства и программное обеспечение информационных технологий. Классификация программных продуктов в области маркетинга. Обзор информационных технологий, предназначенных для оперативной и аналитической обработки данных. Программная поддержка процедур анализа и прогнозирования данных. Обзор программных продуктов в области маркетинга. Сравнительная характеристика маркетинговых программ. Изучение программ «БЭСТ–Маркетинг», Marketing Expert, GEO, Analytic.

Пакеты прикладных программ в профессиональной деятельности. Технологии подготовки, обработки и предоставления информации. Классификация и возможности текстовых редакторов. Процессоры

электронных таблиц Редакторы обработки графической информации. Правила создания презентаций.

Базы данных и базы знаний: проектирование и использование в профессиональной деятельности. Использование банков данных (БНД) для решения задач маркетинга. Организация системы управления БД. Обобщенная технология работы с БД.

Интернет технологии в маркетинге. Интернет: основные понятия, характеристики, история развития. Концепция, функции и задачи Интернет-маркетинга. Интернет-аудитория: количественные и качественные характеристики. Основы проектирования WEB-страниц.

Системы класса CRM: определение, функции, категории продуктов класса CRM. Электронный бизнес: характеристики, специфика, виды. Подходы к выбору экономических информационных систем.

Основная литература

1. Пономарева, Т.Н. Информационные системы маркетинга: учеб. пособие / Т.Н. Пономарева, М.С. Старикова. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2012.

2. Информационные системы маркетинга: методические указания к выполнению лабораторных работ для студентов специальности 080111.65 – Маркетинг / сост.: Т.Н. Пономарева, М.С. Старикова. – Белгород: Изд-во БГТУ, 2012. – 25с

3. Информационные технологии в экономике и управлении : учеб. / ред. В. В. Трофимов. - М. : Юрайт, 2011. - 478 с. - (Основы наук).

4. Васильев, Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 080111, 080301 / Г. А. Васильев, Д. А. Забегалин. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 183 с. - ISBN 978-5-238-01346-6

5. Сергеев, А. П. Маркетинговые исследования с помощью Excel 2007 / А. П. Сергеев. - СПб. : ПИТЕР, 2009. - 224 с. +1 эл. опт. диск. - ISBN 978-5-388-00440-6

6. Гаврилов, Л.П. Информационные технологии в коммерции: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 238 с. + 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004100-1

Дополнительная литература

1. Андерсон, К. Менеджмент, ориентированный на потребителя: CRM-технологии как основа новых отношений с клиентом (пер. с англ. Успенского А.). / К. Андерсон, К. Керр. – М.: КНОРУС, 2006. – 288 с.

2. Барановская Т.П. Информационные системы и технологии в экономике: учебник / Т.П. Барановская, В.И. Лойко, М.И. Семенов, А.И. Трубилин. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 416 с.

3. Васильев, Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие / Г. А. Васильев, Д. А. Забегалин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 183 с. ISBN 978-5-238-01346-6

4. Гришин, В. Н. Информационные технологии в профессиональной деятельности: учебник / В.Н. Гришин. – М.: Инфра-М, 2005. – 416 с.
5. Григорьев, М.Н. Программные продукты в маркетинге: учебное пособие / М.Н. Григорьев. – М.: Гардарики, 2004. – 256 с. ISBN 5-8297-0178-2
6. Ерёмин, В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации: учебник / В.Н. Ерёмин. – М.: КНОРУС, 2006. – 656 с. ISBN 5-85971-313-4
7. Козырев, А.А. Информационные технологии в экономике и управлении: учебник / А.А. Козырев. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2003. – 143 с.
8. Конюховский, П.В. Экономическая информатика: учебник / П.В. Конюховский, Д.Н. Колесов. – СПб: Питер, 2006 – 560с.
9. Лесничая, И.Г. Информатика и информационные технологии / И.Г. Лесничая, Ю.Д. Романова. – М.: Эксмо-Пресс, 2005. – 544 с.
10. Лашманова, Н.В. Информационные системы маркетинга: учебное пособие / Н.В. Лашманова. – СПб.: Изд-во СПбГУП, 2006. – 188 с. ISBN 5-7621-0278-5
11. Меняев, М.Ф. Информационные технологии управления: учеб. пособие / М.Ф. Миняев. – М.: Омега-Л, 2003. – 432 с.
12. Методические указания к лабораторному практикуму по дисциплине "Информационные технологии" / Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т. Сост. О.Д. Лянцев. – Уфа, 2006. – 87 с.
13. Михеева, Е.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности : учеб. пособие / Е. В. Михеева. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 448 с. ISBN 978-5-482-01569-8
14. Михеева, Е.В. Практикум по информационным технологиям в профессиональной деятельности: учеб. пособие / Е.В. Михеева. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 256 с.
15. Прокушев, А.П. Информационные технологии в коммерческой деятельности: учебно-методическое пособие / А.П. Прокушева, Т.Ф. Липатникова, Н.А. Колесникова. – М.: Дашков и К, 2005 – 191 с.
16. Романова, Ю.Д. Информатика: информационные технологии: учебник / Ю.Д. Романова. – М.: Эксмо-Пресс, 2006. – 544 с.
17. Саак, А.Э. Информационные технологии управления: учебник для вузов / А.Э.Саак, Е.В.Пахомов, В.Н.Тюшняков. – СПб: Питер, 2005. – 320 с.
18. Сергеев, А. П. Маркетинговые исследования с помощью Excel 2007 / А. П. Сергеев. – СПб.: ПИТЕР, 2009. – 224 с. ISBN 978-5-388-00440-6
19. Соколова, А.Н. Электронная коммерция: Мировой и российский опыт / А.Н. Соколова, Н. И. Теращенко. – М.: «Открытые системы», 2007.
20. Стинсон, К. Microsoft Office 2003: справочник / К. Стинсон. –СПб.: Питер, 2005.
21. Титоренко, Г.А. Информационные системы маркетинга: учебно-методическое пособие / Г.А. Титоренко, О.И.Чубарова. – Барнаул: Изд-во Алт. Ун-та, 2006. – 170 с.

22. Титоренко, Г.А. Информационные технологии в маркетинге: учебник для вузов / Г.А.Титоренко, Г.Л.Макарова, Д.М. Дайитбегов и др. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 335 с.

23. Трофимов, В.В. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учебник / В. В. Трофимов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2009. – 521 с. ISBN 978-5-9788-0044-9

24. Филимонова, Е.В. Информационные технологии в экономике: учебник / Е.В. Филимонова, Н.А. Черненко, А.С. Шубин. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 443 с. ISBN 978-5-222-13095-7

Список рекомендуемых Интернет – ресурсов

1. <http://www.grebennikov.ru> – Издательский Дом Гребенникова.
2. www.emarketer.com/arts/eglobal – eMarketer. The e-business research source
3. <http://telenews.ru/ibiz> – iBusiness.
4. <http://www.forrester.com/> - Сайт исследовательской компании Forrester Research, выполняющей всесторонний анализ мировой Интернет-экономики.
5. <http://www.e-management.ru/> - Консультационный центр развития электронного бизнеса.
6. <http://www.marketing.cfin.ru/>- Энциклопедия маркетинга
7. <http://www.m4u/webprovider.com> – Оценка и прогнозы ведущих исследовательских компаний по развитию различных направлений электронной коммерции.
8. www.emarketer.com/arts/eglobal – eMarketer. The e-business research source
9. <http://www.forrester.com/> – Сайт исследовательской компании Forrester Research, выполняющей всесторонний анализ мировой Интернет-экономики.
10. <http://www.e-management.ru/> – Консультационный центр развития электронного бизнеса.
11. <http://www.marketing.cfin.ru/>– Энциклопедия маркетинга
12. <http://www.m4u/webprovider.com> – Оценка и прогнозы ведущих исследовательских компаний по развитию различных направлений электронной коммерции.
13. <http://www.olap.ru> – журнал СУБД
14. <http://www.iso.ru> – компания Intersoftlab
15. <http://www.sas.ru> – SAS Institute
16. <http://www.basegroup.ru> – компания Basegroup РФ
17. <http://www.banklist.ru> – ЦБ РФ
18. <http://www.megaruter.ru> компания Megaruter РФ
19. <http://www.expert.ru> – журнал Эксперт РФ