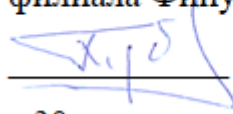


Утверждаю
Директор Владикавказского
филиала Финуниверситета

Т.А. Хубаев
« 30 » июня 2023 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ:

**38.03.05 Бизнес-информатика,
образовательная программа «Цифровая трансформация управления
бизнесом», профиль «ИТ-менеджмент в бизнесе»**

2023

(год утверждения программы)

*Одобрено кафедрой «Математика и информатика»
(протокол № 12 от 25 мая 2023 г.)*

Содержание

1. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатами обучения по дисциплине	3
2. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	3
3. Учебно-тематический план.....	4
4. Содержание семинаров, практических занятий.....	4
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	5
5.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	5
5.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю.....	6
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине	8
7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	12
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	14
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	15
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем.....	19
10.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:.....	19
10.2. Современные профессиональные базы данных, и информационные справочные системы	19
10.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации..	20
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	20

1. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатами обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соответствующие с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКП-2	Способность формировать требования для проектов по созданию продуктов ИТ-предпринимательства	1. Выявляет ключевые требования к продуктам ИТ-предпринимательства.	Знать: инструментальный изменения бизнес-модели предприятия; сущность трансформации бизнеса Уметь: обосновывать выбор аппаратного и программного обеспечения для решения поставленных задач
		2. Консультирует по вопросу разработки и продвижения стартапов в ИТ и других результатов деятельности в сфере ИТ-предпринимательства.	Знать: особенности ИТ-ландшафта предприятия; сущность трансформации бизнеса Уметь: использовать в работе прикладное ПО и сетевые технологии

2. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Вид учебной работы по дисциплине	Всего часов (в зач.ед. и часах)	7 семестр (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 зач.ед. 108 час.	108 час.
<i>Контактная работа – Аудиторные занятия</i>	60	44
Лекции	30	30
Семинары, практические занятия	30	30
<i>Самостоятельная работа</i>	48	48
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачёт	Зачёт

3. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоёмкость в часах						Форма текущего кон- троля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятель- ная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семи- нары, практи- ческие занятия			
1.	Тема 1. Маркетинг информа- ционных технологий.	17	8	2	6		9	Дискуссия, выполне- ние заданий
2.	Тема 2. ИТ-продукт и ИТ- услуга.	15	6	2	4		9	Дискуссия, выполне- ние заданий
3.	Тема 3. Рынки ИТ и ИС.	15	6	2	4		9	Дискуссия, выполне- ние заданий
4.	Тема 4. Исследование запро- сов потребителей.	15	6	2	4		9	Дискуссия, выполне- ние заданий
5.	Тема 5. Ценностное предло- жение.	15	6	2	4		9	Дискуссия, выполне- ние заданий
6.	Тема 6. Продвижение в среде Интернет.	15	6	2	4		9	Дискуссия, выполне- ние заданий
7.	Тема 7. Мониторинг эффек- тивности маркетинговых ка- налов.	16	6	2	4		10	Дискуссия, выполне- ние заданий
	В целом по дисциплине	108	44	14	30		64	Согласно учебному плану: проектная работа
	Итого в %	100	40	31	69		60	

4. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на се- минарских, практических занятиях, реко- мендуемые источники	Формы проведе- ния занятия
Тема 1. Маркетинг информационных технологий.	Понятие маркетинга. Революция коммуника- ций. Интегрированные маркетинговые ком- муникации. <i>Рекомендуемые источники: 7.1–12, 8.1-7</i>	Групповое обсуж- дение вопросов, ис- пользование Интер- нет-ресурсов, вы- полнение заданий
Тема 2. ИТ-продукт и ИТ-услуга.	Поставщики и потребители информационных продуктов и услуг. <i>Рекомендуемые источники: 7.1–12, 8.1-7</i>	Групповое обсуж- дение вопросов, ис- пользование Интер- нет-ресурсов, вы- полнение заданий

Тема 3. Рынки ИТ и ИС.	Показатели оценки потенциала рынка ТАМ, SAM, SOM. Анализ конкурентов. <i>Рекомендуемые источники: 7.1–12, 8.1-7</i>	Групповое обсуждение вопросов, использование Интернет-ресурсов, выполнение заданий
Тема 4. Исследование запросов потребителей.	Инструменты исследования потребителей. Сегментация целевого потребителя <i>Рекомендуемые источники: 7.1–12, 8.1-7</i>	Групповое обсуждение вопросов, использование Интернет-ресурсов, выполнение заданий
Тема 5. Ценностное предложение.	Структура ценностного предложения. Канва бизнес-модели и канва ценности. <i>Рекомендуемые источники: 7.1–12, 8.1-7</i>	Групповое обсуждение вопросов, использование Интернет-ресурсов, выполнение заданий
Тема 6. Продвижение в среде Интернет.	Партизанский маркетинг. Поведенческий маркетинг. Событийный маркетинг. Нейро-маркетинг. Social Media Marketing. Директ-маркетинг и НЛП. Email-маркетинг. <i>Рекомендуемые источники: 7.1–12, 8.1-7</i>	Групповое обсуждение вопросов, использование Интернет-ресурсов, выполнение заданий
Тема 7. Мониторинг эффективности маркетинговых каналов.	Мониторинг эффективности маркетинговых каналов. <i>Рекомендуемые источники: 7.1–12, 8.1-7</i>	Групповое обсуждение вопросов, использование Интернет-ресурсов, выполнение заданий

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

5.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование темы (раздела) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Маркетинг информационных технологий.	Стратегии W, 2W, 3W. Маркетинг микс: 4P, 7P.	Анализ литературных источников (книг, статей на данную тематику), подготовка презентации на занятие
Тема 2. ИТ-продукт и ИТ-услуга.	Мировой и российский ИТ-рынок. Основные классы информационных систем, анализ рынка.	Анализ литературных источников (книг, статей на данную тематику), подготовка презентации на занятие
Тема 3. Рынки ИТ и ИС.	Сегменты рынка и особенности продаж. Изучение рыночного спроса. Ценообразование. Модели монетизации.	Анализ литературных источников (книг, статей на данную тематику), подготовка презентации на занятие

Тема 4. Исследование запросов потребителей.	Дизайн-мышление в исследовании потребителя и создании ценности. Инструменты исследования потребителей. Сегментация целевого потребителя.	Анализ литературных источников (книг, статей на данную тематику), подготовка презентации на занятие
Тема 5. Ценностное предложение.	Сенсорный маркетинг и психология восприятия. Настройка контекстной рекламы.	Анализ литературных источников (книг, статей на данную тематику), подготовка презентации на занятие
Тема 6. Продвижение в среде Интернет.	Типы рекламных материалов.	Анализ литературных источников (книг, статей на данную тематику), подготовка презентации на занятие
Тема 7. Мониторинг эффективности маркетинговых каналов.	Способы привлечения и удержания клиентов. Каналы продвижения.	Анализ литературных источников (книг, статей на данную тематику), подготовка презентации на занятие

5.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерный перечень вопросов для подготовки к дискуссии:

1. Понятие маркетинга. Революция коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
2. Поставщики и потребители информационных продуктов и услуг.
3. Показатели оценки потенциала рынка TAM, SAM, SOM. Анализ конкурентов.
4. Инструменты исследования потребителей. Сегментация целевого потребителя
5. Структура ценностного предложения. Канва бизнес-модели и канва ценности.
6. Партизанский маркетинг. Поведенческий маркетинг. Событийный маркетинг. Нейромаркетинг. Social Media Marketing. Директ-маркетинг и НЛП. Email-маркетинг.
7. Мониторинг эффективности маркетинговых каналов.

Примерный перечень вопросов для подготовки презентации:

1. Стратегии W, 2W, 3W. Маркетинг микс: 4P, 7P.

2. Мировой и российский ИТ-рынок. Основные классы информационных систем, анализ рынка.
3. Сегменты рынка и особенности продаж. Изучение рыночного спроса. Ценообразование. Модели монетизации.
4. Дизайн-мышление в исследовании потребителя и создании ценности. Инструменты исследования потребителей. Сегментация целевого потребителя.
5. Сенсорный маркетинг и психология восприятия. Настройка контекстной рекламы.
6. Типы рекламных материалов.
7. Способы привлечения и удержания клиентов. Каналы продвижения.

Примерный перечень заданий контрольной работы

1. Выделить целевую аудиторию. Создать профиль потенциального потребителя, составить карту эмпатии. Построить пользовательский путь. Определить эффективные каналы продвижения для выделенного потребительского сегмента.
2. Запуск кампании в социальных сетях для выбранного объекта продвижения. Определить аудиторию (мультитаргетинг). Определить тип (мотивы для вступления: получение информации, общение, бонусы), формат (страница или группа) и позиционирование сообщества (по бренду, интересам, ассортименту). Запустить кампанию в социальной сети. Брендировать (название, логотип, обложка, аватар, информация, микроблог) и продвигать сообщество (конвертация базы, виджеты, таргетированная реклама, анонсы в выбранных популярных сообществах, офферами, Sponsored Stories, Promoted Post, локация, трансляция, шаблон). Создать контент. Определить систему метрик.
3. Создание рекламной кампании в Яндекс Директ и Google Adwords. Подбор ключевых слов в сервисах Яндекс (Wordstat, Яндекс.Директ). Составить ценностное предложение. Настройка рекламного объявления в Яндекс.

Критерии балльной оценки:

5 баллов - Задание выполнено полностью: содержание отражает все аспекты, указанные в задании (даны полные ответы на все вопросы). Представленные вопросы изложены последовательно и логично. Использована профессиональная терминология. Оформление задания соответствует требованиям.

1–4 балла - Задание выполнено не полностью: содержание отражает не все аспекты, указанные в задании; встречаются нарушения последовательности и/или логичности в изложении. Имеются отклонения в оформлении задания. Нарушены сроки представления работы преподавателю.

0 баллов - Задание не выполнено и возвращается на доработку: содержание не отражает те аспекты, которые указаны в задании, или не соответствует требуемому объему. Отсутствует последовательность и/или логичность в изложении. Оформление задания не соответствует требованиям.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине содержится в разделе 1 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Примеры оценочных средств для проверки индикаторов достижения компетенций, формируемых дисциплиной

Наименование компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания

ПКП-4 Способность разрабатывать предложения для заказчиков по вопросам использования ИТ для трансформации бизнеса	1.Предлагает вариант изменения бизнес-модели предприятия/организации в условиях трансформации бизнеса	Знать: инструментарий изменения бизнес-модели предприятия; сущность трансформации бизнеса Уметь: обосновывать выбор аппаратного и программного обеспечения для решения поставленных задач	Появление у бизнес-заказчика задачи на разработку аналитического приложения, работающего на основе проектируемого хранилища данных, привет к модернизации ИТ-инфраструктуры. Укажите сферы изменения.
	2.Консультирует заказчиков по выбору направлений изменений ИТ-ландшафта предприятия/организации с учетом целей трансформации бизнеса	Знать: особенности ИТ-ландшафта предприятия; сущность трансформации бизнеса Уметь: использовать в работе прикладное ПО и сетевые технологии	Проанализировав текущие информационные потоки организации и их поддержку, а также целевые установки организации, обосновать предложения по внедрению новых ИТ и последующему изменению элементов бизнес-модели
ПKN-6 Способность проводить бизнес-анализ предметной области	1. Проводит исследование предприятия.	Знать: основы функционирования предприятия Уметь: использовать прикладные ИТ для решения поставленных задач.	Определить основных конкурентов, заполнив фреймворк “Direct and Indirect competitors” от Intercom. Заполнить таблицу сравнения конкурентов. Заполнить канвас 4 forces of progress («Силы прогресса»).
	2. Выявляет потребности и формирует требования к информационной системе.	Знать: требования к информационной системе. Уметь: использовать прикладные ИТ для решения поставленных задач.	Заполнить Фреймворк Job stories для анализа конкурентов от Intercom. Постройте CJM. Изучите сайт с точки зрения его удобства для пользователя. Найдите возможности его улучшения.
	3. Проводит анализ рынка и под требования предлагает решения в области ИТ, проводит оценку предложенных решений.	Знать: методологию оценки предложенных решений. Уметь: использовать прикладные ИТ для решения поставленных задач.	Провести серию интервью и выполнить полевые исследования. Выявить и описать Персоны. Постройте карты эмпатии и модель Персоны для каждой выделенной группы пользователей.
ПKN-8 Способность анализировать состояние ИТ-отрасли и обос-	1. Проводит анализ литературы для поиска способов и методов применения информационных	Знать: технологии исследования цифрового рынка продуктов и услуг. Уметь: использовать прикладные ИТ для	«Сервис онлайн-агрегатор услуг цветочных магазинов и флористов со всех регионов России. Пользователь может изучить каталог для города, где

печивать поддержку инноваций и организационных изменений с использованием ИТ	технологий в бизнесе и государственном управлении.	решения поставленных задач.	находится получатель букета, и заказать его с доставкой у местных флористов напрямую на платформе». Составьте ценностное предложение и бизнес-модель. Разработайте стратегию продвижения.
--	--	-----------------------------	---

Перечень вопросов для подготовки к зачёту

1. Анализ активности пользователя. Customer discovery.
2. Комплект маркетинговых материалов и способы продвижения информации в Интернете.
3. Поисковый маркетинг и SEO.
4. Виртуальная реклама.
5. Оценка потенциала рынка.
6. Дизайн-мышление и JTBD – особенности подходов и применения в маркетинге ИТ.
7. Ценностное предложение, особенности создания.
8. Маркетинговые каналы распространения информации.
9. Методы и технологии проведения маркетинговых исследований в сети интернет.
10. Методики и инструменты измерения в Интернет.
11. Анализ эффективности маркетинга и рекламы в Интернет.
12. Этапы построения бизнес-модели.
13. А/В тестирование. Особенности проведения.
14. Основные метрики Unit-экономики.
15. Тестирование каналов продвижения Интернет-проекта.
16. Способы привлечения клиентов Интернет-проекта.
17. Способы удержания клиентов Интернет-проекта.
18. Выбор и обоснование модели монетизации продукта.
19. Техники проведения исследования пользовательского опыта.

20. Инструменты дизайн-мышления.
21. Продуктовое мышление.
22. Метрики юнит-экономики.
23. Воронка продаж.
24. Настройка и ведение рекламной кампании в сети Интернет.
25. Инструменты Platform Innovation Kit

Критерии рейтинговой оценки обучающихся:

Рейтинговая оценка строится следующим образом:

1. Общая сумма баллов, которую студент должен набрать в течение семестра, равна 100 баллов. В течение семестра может быть набрано 40 баллов за текущую работу в семестре. На зачете/Зачёте может быть получено 60 баллов.
2. Оценка ставится в зависимости от набранных баллов:

Количество баллов	Оценка	Критерии оценки
50-100	зачтено	Студент должен показать глубокое усвоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с практикой, участие в подготовке докладов по самостоятельным для изучения темам, выполнение текущей работы в семестре.
0-49	незачтено	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью вопросов преподавателя сформулировать правильные ответы на вопросы, невыполнение практических заданий.
86-100	отлично	Студент должен показать глубокое усвоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с практикой, участие в подготовке докладов по самостоятельным для изучения темам, выполнение текущей работы в семестре.
70-85	хорошо	Допущены некоторые незначительные ошибки и неточности при изложении материала.
50-69	удовлетворительно	Допущены некоторые значительные ошибки при изложении материала. Правильные ответы формулируются с помощью наводящих вопросов преподавателя
менее 50	неудовлетворительно	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью вопросов преподавателя сформулировать правильные ответы на вопросы, невыполнение практических заданий.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений

Приказ от 23.03.2017 №0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете» и соответствующие приказы директора филиала.

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Васильева, Е.В. Маркетинг и управление продуктом на цифровых рынках: генерация и проверка идей через CustDev, дизайн-мышление и расчеты юнит-экономики: учебник / Е.В. Васильева, М.Р. Зобнина. — Москва: КноРус, 2021. — 723 с. — ISBN 978-5-406-08138-9. — URL:<https://book.ru/book/939135> (дата обращения: 09.06.2023). — Режим доступа: Электронно-библиотечная система Book.ru. — Текст: электронный.
2. Васильева, Е.В., Дизайн-мышление: немного о подходе и много об инструментах развития креативного мышления, изучения клиентских запросов и создания идей: монография / Е.В. Васильева. — Москва: Русайнс, 2020. — 203 с. — ISBN 978-5-4365-2366-8. — URL:<https://book.ru/book/934928> (дата обращения: 09.06.2023). — Режим доступа: Электронно-библиотечная система Book.ru. — Текст: электронный.
3. Загребельный, Г.В. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас: практическое руководство / Г.В. Загребельный, М.Ю. Боровик М.Ю., Меркулович. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 270 с.: ISBN 978-5-9614-5816-9. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003527> (дата обращения: 13.07.2023). — Режим доступа: Электронно-библиотечная система Znanium.com — Текст: электронный.
4. Сухарев, О. С. Функциональный и интернет-маркетинг: монография / О. С. Сухарев, Н. В. Курманов, К. Р. Мельковская. - Москва: КУРС: ИНФРА-М, 2019. - 352 с. - (Наука). - ISBN 978-5-905554-33-9. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1027551> (дата обращения: 25.04.2023). – Режим доступа: Электронно-библиотечная система Znanium.com – Текст: электронный.

5. Экономика информационных систем: управление и оценка эффективности: учебник / Е.В. Васильева, Н.Ф. Алтухова, Е.А. Деева [и др.]. — Москва: КноРус, 2020. — 622 с. — ISBN 978-5-406-07848-8. — URL:<https://book.ru/book/934072> (дата обращения: 09.06.2023). — Режим доступа: Электронно-библиотечная система Book.ru. — Текст: электронный.

Дополнительная литература

6. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6. — URL: <https://urait.ru/bcode/488325> (дата обращения: 13.07.2023). — Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт. — Текст: электронный.

7. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — URL: <https://urait.ru/bcode/511008> (дата обращения: 13.07.2023). — Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт. — Текст: электронный.

8. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958> (дата обращения: 13.07.2023). — Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт. — Текст: электронный.

9. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A: учебник и практи-

кум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — URL: <https://urait.ru/bcode/512454> (дата обращения: 13.07.2023). — Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт. — Текст: электронный.

10. Моисеева, Н. К. Международный маркетинг и бизнес: учебное пособие / Н. К. Моисеева. - Москва: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 272 с. - ISBN 978-5-905554-30-8. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1026456> (дата обращения: 25.04.2023). — Режим доступа: Электронно-библиотечная система Znanium.com — Текст: электронный.

11. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора / Остервальдер А., Пинье И., - 2-е изд. - Москва: Альпина Пабл., 2016. - 288 с.- ISBN 978-5-9614-1844-6. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/916078> (дата обращения: 26.06.2023). — Режим доступа: Электронно-библиотечная система Znanium.com — Текст: электронный.

12. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 4-е изд. — Москва: Юрайт, 2021. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14897-8. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/485411> (дата обращения: 25.04.2023). — Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт. — Текст: электронный.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Портал электронного обучения: [http:// el.fa.ru](http://el.fa.ru) Доступ по логину и паролю.
2. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Издательский дом ИНФРА-М». [http:// el.fa.ru](http://el.fa.ru). Доступ по логину и паролю.

3. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «КноРус медиа». [http:// el.fa.ru](http://el.fa.ru). Доступ по логину и паролю.
4. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Электронное издательство Юрайт». <http:// el.fa.ru>. Доступ по логину и паролю.
5. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Объединенная редакция» <http:// el.fa.ru>. Доступ по логину и паролю.
6. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «НЭИКОН». <http:// el.fa.ru> Доступ по логину и паролю.
7. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Директ-Медиа» <http:// el.fa.ru> Доступ по логину и паролю.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Студентам необходимо ознакомиться: с содержанием рабочей программы (приложения к рабочей программе) дисциплины, с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, с графиком консультаций преподавателя. Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения практических и самостоятельных работ, подготовки докладов и презентаций, участия в обсуждении вопросов.

Для изучения дисциплины аудиторные занятия (лекции, семинары) проходят по утвержденному расписанию, а текущие консультации по дисциплине – в соответствии с графиком, который формируется в начале семестра. Студенты должны обратить внимание на перечень основных контрольных мероприятий, которые проводятся в соответствии с рабочей программой (приложением к рабочей программе) на текущий семестр. В течении семестра студенты выполняют контрольную работу. При решении задач контрольной работы сту-

денты могут пользоваться рекомендованной литературой и Интернет-ресурсами. Контрольная работа выполняется на компьютере или на листах на усмотрение преподавателя.

Лекционные занятия проводятся в соответствии с тематическим планом, при изложении материала используются презентации и фрагменты печатных материалов по теме лекции.

Студентам необходимо:

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу (приложение к рабочей программе) дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы;
- на отдельные лекции приносить на бумажных носителях соответствующий материал, предоставленный преподавателем (таблицы, схемы, графики), который будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции;
- перед очередной лекцией необходимо просмотреть материал предыдущей лекции по конспекту и/или основным литературным источникам, обратиться для консультации к преподавателю.

Основное внимание при проведении практических занятий уделяется развитию навыков использования и обоснования выбора технических и программных средств для выполнения поставленных задач. В ходе интерактивных занятий проводится разбор конкретных, максимально приближенных к реальной деятельности ситуаций и дискуссий. Проведение практических занятий осуществляется в компьютерных классах, которые позволяют студентам сформировать навыки работы с современными информационными технологиями и использовать их в профессиональной деятельности. Методика проведения занятий заключается в совместном/самостоятельном выполнении студентами и/или под руководством преподавателя заданий по изучаемым темам дисциплины.

Студентам следует:

- до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал соответствующей темы занятия;

- при подготовке к практическим занятиям желательно использовать не только лекции, но и другую учебную литературу;

- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении, при решении задач, заданных для самостоятельного решения;

- в ходе выполнения задания давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;

- на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

Студентам, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющие письменного решения задач или не подготовившиеся к данному практическому занятию, рекомендуется не позже чем в 2-недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме, изучавшейся на занятии. На практических занятиях используется проблемно-деятельностный подход для решения практических задач. Сущность проблемно-деятельностного обучения заключается в том, что в процессе учебных занятий создаются специальные условия, в которых обучающийся, опираясь на приобретенные знания, мысленно и практически действует в целях поиска и обоснования наиболее оптимальных вариантов ее решения. Создается проблемная задача, студенты знакомятся с задачей, анализируют ее, выделяют лежащее в ее основе противоречие, создают и обосновывают модель своих возможных действий по разрешению проблемной ситуации, пробуют разрешить возникшую проблему на основе имеющихся у них знаний, выстраивают модель своих действий по ее решению.

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны выполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Проведение аудиторной самостоятельной работы предполагает командную работу при подготовке сообщений по анализу литературных источников (книг, статей, материалов конференций) на заданную тему и выполнение заданий практических работ (командное и/или индивидуальное).

Внеаудиторная самостоятельная работа предполагает индивидуальную работу по подготовке презентации и выступления по предложенной теме на основе разных литературных источников (книг, статей, Интернет-источников), выполнение контрольной работы, подготовку к Зачёту.

Студентам следует:

- руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным рабочей программой (приложением к рабочей программе) дисциплины;
- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы;
- использовать при подготовке нормативные документы Финансового университета (см. сайт Финансового Университета: на главной странице раздел «Наш университет»; далее «Единая правовая база Финуниверситета»; подраздел «Методическая работа» - «Приказы Финуниверситета»)

Любая форма самостоятельной работы студента (подготовка к семинарскому занятию, выполнение контрольной работы) начинается с изучения соответствующей литературы как в библиотеке, так и дома. К каждой теме учебной дисциплины подобрана основная и дополнительная литература. Рекомендации студенту:

– выбранную монографию или статью целесообразно внимательно просмотреть. В книгах следует ознакомиться с оглавлением и научно-справочным аппаратом, прочитать аннотацию и предисловие. Целесообразно ее пролистать, рассмотреть иллюстрации, таблицы, диаграммы, приложения. Такое поверхностное ознакомление позволит узнать, какие главы следует читать внимательно, а какие – прочитать быстро;

– в книге или журнале, принадлежащем самому студенту, ключевые позиции можно выделять маркером или делать пометки на полях. При работе с Интернет-источником целесообразно также выделять важную информацию;

– если книга или журнал являются собственностью студента, то целесообразно записывать номера страниц, которые привлекли внимание. Позже следует возвратиться к ним, перечитать или переписать нужную информацию. Физическое действие по записыванию помогает прочно заложить данную информацию в «банк памяти».

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

10.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

- 1) Антивирусная защита Kaspersky Security для виртуальных и облачных сред;
- 2) Windows, Microsoft Office.

10.2. Современные профессиональные базы данных, и информационные справочные системы

Не используются

10.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не используются

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине используются следующие помещения:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: 362002, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Молодежная, д.7, ауд. № 32

Специализированная мебель:

Стол (двухместный) - 4шт.

Стол компьютерный - 23шт.

Стул - 31

Доска настенная - 1шт.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе – 21 шт.

Мультимедиа-проектор – 1 шт.

Экран настенный – 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

1) Программы для ЭВМ Kaspersky Security для виртуальных и облачных сред;

2) Windows, Microsoft Office.

Учебная аудитория оснащена компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Финансового университета.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: 362002, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Молодежная, д.7, аудитория № 72.

Специализированная мебель:

Стол (учительский) – 1 шт.

Стол (двухместный) – 6 шт.

Стол компьютерный – 10 шт.

Стул – 27 шт.

Доска настенная – 1 шт.

Шкаф для документов – 1 шт.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе – 10 шт.

Мультимедиа-проектор – 1 шт.

Экран настенный – 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

1) Программы для ЭВМ Kaspersky Security для виртуальных и облачных сред

2) Windows, Microsoft Office

362002, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Молодежная, д.7, кабинет № 55. Читальный зал:

Специализированная мебель:

Стол – 20 шт.

Стул – 40 шт.

Шкаф для книг – 4 шт.

Стеллаж книжный – 13 шт.

Стеллаж выставочный – 4 шт.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе – 6 шт.

Телевизор – 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

1) Программы для ЭВМ Kaspersky Security для виртуальных и облачных сред

2) Windows, Microsoft Office

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Финансового университета.