



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ИЭУ  
Е.С. Замбрицкая

05.02.2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

***ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ***

Направление подготовки (специальность)  
38.04.01 Экономика

Направленность (профиль/специализация) программы  
Экономика, бухгалтерский учет и налоги для бизнеса

Уровень высшего образования - магистратура

Форма обучения  
заочная

Институт/ факультет	Институт экономики и управления
Кафедра	Экономики
Курс	2

Магнитогорск  
2025 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 38.04.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 11.08.2020 г. № 939)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Экономики 20.01.2025, протокол № 5

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

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЭиУ 05.02.2025 г. протокол № 3

Председатель \_\_\_\_\_ Е.С. Замбрицкая

Рабочая программа составлена:  
доцент кафедры кафедры Экономики, канд. экон. наук, доцент  
\_\_\_\_\_ Г.Г.Валяева

Рецензент:

доцент, заместитель директора по учебной работе Сибайский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий», д-р экон. наук  
\_\_\_\_\_ И.А.Ситнова

## Лист актуализации рабочей программы

---

---

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

---

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Экономики

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

---

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 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 экономике входит в обязательную часть учебного плана образовательной программы.

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

Бухгалтерский финансовый учет

Финансовый анализ

Методология и методы научного исследования

Бизнес-процессы и их организации

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

Учебная - научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)

Производственная - научно-исследовательская работа

Производственная - преддипломная практика

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Бухгалтерская (финансовая) отчетность

Практикум по финансовому и налоговому планированию

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

В результате освоения дисциплины (модуля) «Информационные технологии в экономике» 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

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц 180 академических часов, в том числе:

- контактная работа – 4,4 академических часов;
- аудиторная – 4 академических часов;
- внеаудиторная – 0,4 академических часов;
- самостоятельная работа – 171,7 академических часов;
- в форме практической подготовки – 0 академических часов;

Форма аттестации - зачет с оценкой

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в академических 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	2	0,1		0,1	15	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2
1.2 Виды и модели электронного бизнеса		0,3		0,3	13	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2
1.3 Особенности продажи товаров и предоставления услуг в сфере электронного бизнеса		0,3		0,3	10	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2
1.4 Информационные технологии электронного бизнеса		0,4		0,4	10	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2
Итого по разделу		1,1		1,1	48			
2. Реклама и маркетинг в интернете								
2.1 Интернет-реклама и оценка эффективности рекламных кампаний	2	0,4		0,4	20	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2

2.2 Интернет-маркетинг	2	0,1		0,1	12	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2
Итого по разделу		0,5		0,5	32			
3. Платежные системы								
3.1 Электронные платежные системы	2	0,1		0,1	10	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2
3.2 Стандарты электронных расчетов		0,1		0,1	14	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2
Итого по разделу		0,2		0,2	24			
4. Безопасность электронного бизнеса								
4.1 Технологии защиты информации	2	0,1		0,1	14	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2
4.2 Безопасность электронной коммерции		0,1		0,1	15,7	Проработка теоретического материала Подготовка к лабораторному занятию	Опрос Отчет по лабораторной работе	ОПК-5.1, ОПК-5.2
Итого по разделу		0,2		0,2	29,7			
5. Зачет								
5.1 Подготовка к зачету	2				38	Изучение литературы, подготовка проекта	защита проекта	ОПК-5.1, ОПК-5.2
Итого по разделу					38			
Итого за семестр		2		2	171,7		зао	
Итого по дисциплине		2		2	171,7		зачет с оценкой	

## **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, со-держания, 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**

### **а) Основная литература:**

1. Информационные системы в науке и производстве : лабораторный практикум / авт.-сост. Р. М. Немков. - Ставрополь : Изд-во СКФУ, 2020. - 258 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2132870> (дата обращения: 07.04.2025). – Режим доступа: по подписке.

2. Информационные ресурсы и технологии в экономике : учебное пособие / под ред. проф. Б. Е. Одинцова, проф. А. Н. Романова. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2024. — 462 с. - ISBN 978-5-9558-0256-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2102176> (дата обращения: 07.04.2025). – Режим доступа: по подписке.

### **б) Дополнительная литература:**

1.. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/textbook\_5a0a8c777462e8.90172645. - ISBN 978-5-16-020622-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2186207> (дата обращения: 16.04.2025). – Режим доступа: по подписке.  
24.04.2024). - Режим доступа: по подписке.

**в) Методические указания:**  
Представлено в приложении 1.

**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 распространяемое ПО	бессрочно
LibreOffice	свободно распространяемое ПО	бессрочно
STATISTICA в.6	К-139-08 от 22.12.2008	бессрочно
Deductor Studio Academic	Согашение о сотрудничестве №06-2901\08 от 29.01.2008	бессрочно
MetaStock	К-271-11 от 11.07.2011	бессрочно
Project Expert 7 (10учебных мест)	К-113-11 от 11.04.2011	бессрочно

**Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Название курса	Ссылка
----------------	--------

Информационная система - Нормативные правовые акты, организационно-распорядительные документы, нормативные и методические документы и подготовленные проекты документов по технической защите информации ФСТЭК России	<a href="https://fstec.ru/tekhnicheskaya-zashchita-informatsii/dokumenty-tzi?ysclid=lujknksfy724757053">https://fstec.ru/tekhnicheskaya-zashchita-informatsii/dokumenty-tzi?ysclid=lujknksfy724757053</a>
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: <a href="https://elibrary.ru/project_risc.asp">https://elibrary.ru/project_risc.asp</a>
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	<a href="https://host.megaprolib.net/M-P0109/Web">https://host.megaprolib.net/M-P0109/Web</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.

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.

### 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. Цифровой 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>• геосоциальных 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>8. Сформулируйте современное понятие информации.</p> <p>9. В чем суть онтологического и методологического подходов к понятию информации?</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>10. Перечислите свойства информации.</p> <p>11. Какими показателями качества характеризуется экономическая информация?</p> <p>12. Перечислите характеристики, положенные в основу классификации информации.</p> <p>13. Проведите сравнение таких понятий, как сигнал, сообщение, знак, буква, символ, данные, знания.</p> <p>14. В чем различие между аналоговыми, дискретными, квантованными и цифровыми сигналами?</p> <p>15. В чем разница между информацией, данными и знаниями?</p> <p>16. Назовите меры, единицы количества и объема информации.</p> <p><i>Примерное практическое задание</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>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>Проведите аудит коммерческих факторов сайта МГТУ им. Г.И. Носова и предложите новую структуру и новые страницы.</li> <li>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>Проведите маркетинговый аудит сайта кафедры при помощи инструмента «4 почему».</li> </ol>

**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