Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Минцаев Магомед Шавалович
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.08.2025 13:59:26
Уникальный программный ключ:
236bcc35c296f119d6aafdc22836b21db52dbc07971a86865a5825f9fa4304cc

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

имени академика М.Д. Миллионщикова

«УТВЕРЖДАЮ»
Первый проректор
И.Г. Гайрабеков
«02» 09 2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«Интернет маркетинг»

Направление подготовки

09.03.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль)

«Прикладная информатика в цифровой экономике»

Квалификация

Бакалавр

Год начала подготовки

2025

Грозный – 2025

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является изучение тенденций современного рынка и объективных предпосылок автоматизации информационных процессов, усвоение слушателями знаний, дающих возможности ориентироваться в системе информационных технологий в области управления и маркетинга, применять полученные знания в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

-развить у слушателей навыки, позволяющие им свободно владеть современными технологиями, методами сбора и обработки управленческой и маркетинговой информации при помощи специального программного обеспечения, в том числе применяемого в автоматизированных информационных системах и на автоматизированном рабочем месте руководителя и маркетолога (АРМ);

-дать знания теоретических и методологических основ функционирования информационных систем.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору блока 1 «Часть, формируемая участниками образовательных отношений учебного плана». Для изучения курса требуется знание: «Информатики», «Экономики».

Данный курс, является предшествующей дисциплиной для курсов «Эффективность информационных систем», «Моделирование бизнес-процессов»

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Таблица 1

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
Профессиональные		
ПК-2. Способен разрабатывать и адаптировать прикладное программное обеспечение.	**ПК-2.2.** Применяет технологии разработки и управления базами данных ИС	**знать:** современные информационные системы и программные обеспечения. **уметь:** выбирать современные информационные системы и программные обеспечения при решении задач профессиональной деятельности. **владеть:** навыками применения современных информационных систем и использование программного обеспечения, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности.
ПК-7. Способен проводить статистический,эмпирический и маркетинговый анализ ИКТ для рационального выбора инструментария автоматизации и информатизации прикладных задач.	**ПК-7.1**. Использует методы анализа рынка и поставщиков товаров и услуг для создания и ввода ИС в эксплуатацию	**знать:** как определять первоначальные требования заказчика к автоматизации и информатизации прикладных задач. **уметь:** проводить статистический, эмпирический и

		маркетинговый анализ ИКТ. **владеть:** навыками применения маркетингового анализа для решения задач профессиональной деятельности.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Вид учебной работы		Всего часов/ зач. ед.		Семестры	
				4	7
		ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
Контактная работа (всего)		**64/1,8**	**16/0.4**	**64/1,8**	**16/0.4**
В том числе:					
Лекции		32/0,9	8/0,2	32/0,9	8/0,2
Практические занятия					
Семинары					
Лабораторные работы		32/0,9	8/0,2	32/0,9	8/0,2
Самостоятельная работа (всего)		**80/2,2**	**128/3,6**	**80/2,2**	**128/3,6**
В том числе:					
Курсовая работа (проект)					
Расчетно-графические работы					
ИТР					
Рефераты		36/1	74/2,1	36/1	74/2,1
Доклады					
Презентации					
И (или) другие виды самостоятельной работы:					
Подготовка к лабораторным работам		36/1	36/1	36/1	36/1
Подготовка к практическим занятиям					
Подготовка к экзамену					
Подготовка к зачету		8/0,2	18/0,5	8/0,2	18/0,5
Вид отчетности		**Зачет**	**Зачет**	**Зачет**	**Зачет**
Общая трудоемкость дисциплины	**ВСЕГО в часах**	**144**	**144**	**144**	**144**
	ВСЕГО в зач. единицах	**4**	**4**	**4**	**4**

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Таблица 2

№ п/п	Наименование раздела дисциплины по семестрам	Часы лекционных занятий ОФО	Часы лабораторных занятий ОФО	Часы лекционных занятий ЗФО	Часы лабораторных занятий ЗФО
1.	Рынок информационных технологий. Понятие информационной системы маркетинга.	**6**	**6**	**-**	**-**

2.	Разработка информационных систем	**4**	**4**	**2**	**2**
3.	Маркетинг программных продуктов и информационных систем на рынке	**6**	**6**	**2**	**2**
4.	Маркетинговая смесь «Р». Продукт. Характеристика товара «программный продукт»	**4**	**4**	**2**	**2**
5.	Программные продукты в маркетинге	**6**	**6**	**2**	**2**
6.	Интернет-технологии как инструмент экономической деятельности	**6**	**6**	**-**	**-**
	Итого	**32**	**32**	**8**	**8**

5.2. Лекционные занятия

Таблица 3

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание лекции
1.	**Рынок информационных технологий. Понятие информационной системы маркетинга.**	1.Информатизация общества. 2.Основные товары и услуги рынка программного обеспечения. 3. Структура и состав информационной системы маркетинга.
2.	**Разработка информационных систем.**	1.Жизненный цикл информационных систем. 2.Этапы разработки, создания и оптимизация информационных систем. 3.Моделирование бизнес-процессов.
3.	**Маркетинг программных продуктов и информационных систем на рынке.**	1. Основы маркетинга. 2. Маркетинговая информация. 3. Система планирования маркетинга. 4. Концепция системы маркетинговой информации. 5. Структура информационной системы маркетинга.
4.	**Маркетинговая смесь «Р». Продукт. Характеристика товара «программный продукт».**	1.Маркетинговая смесь 4 р. 2.Три уровня товара. 3.Характеристика товара «Программный продукт», виды ПО. 4.Характеристики качества ПП.
5.	**Программные продукты в маркетинге.**	1.Программные продукты в маркетинговой деятельности. 2.Эффективность информационной системы маркетинга. 3.CRM «Marketing Analitic». 4.CRM GALLOPER. CRM Terrasoft.
6.	**Интернет-технологии как инструмент экономической деятельности.**	1. Технология Интернет в маркетинге. 2. Виртуальное маркетинговое пространство. 3. Электронная коммерция. 4. Платежные системы. 5. Методы Интернет-рекламы.

5.3 Лабораторные занятия

Таблица 4

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	**Рынок информационных технологий. Понятие информационной системы маркетинга.**	**Лабораторная работа №1** Знакомство с маркетинговыми информационными системами **Лабораторная работа №2 (часть 1)** Постройте матрицу BCG (управление продуктовым портфелем
2.	**Разработка информационных систем.**	**Лабораторная работа №2 (часть 2)** Проведите прогнозирование объема продаж
3.	**Маркетинг программных продуктов и информационных систем на рынке.**	**Лабораторная работа № 3** Мониторинг достижения поставленных целей
4.	**Маркетинговая смесь «Р». Продукт. Характеристика товара «программный продукт».**	**Лабораторная работа №4** Многомерный факторный анализ Прогнозирование в Excel
5.	**Программные продукты в маркетинге.**	**Лабораторная работа №5** Автоматизация планирования бюджета маркетинга
6.	**Интернет-технологии как инструмент экономической деятельности.**	**Лабораторная работа №6** Анализ конкурентоспособности компании

6. Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Интернет маркетинг»

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Сущность и назначение маркетинговых информационных систем в деятельности современных предприятий.
2. Понятие экономической информационной системы. Классы ИС. Основные особенности современных проектов ИС.
3. Маркетинг информационных продуктов и услуг. Базовые функции маркетинговой информационной системы.
4. Обзор программных продуктов в области маркетинга.
5. Группы программных продуктов и их роль в системе маркетинга предприятия. Оценка выгод от внедрения маркетинговых информационных систем.
6. Роль интернет-технологий в развитии новой экономики в условиях глобализации. Проблемы и перспективы развития в России интернет-технологий в маркетинге.

Темы для рефератов:

1. Организация маркетинговых исследований в Интернет
2. Интернет – маркетинг
3. Роль информационной индустрии в экономическом развитии общества.
4. Характеристика современного российского рынка информационных продуктов и услуг.
5. Формирование стоимости и особенности ценообразования на программные продукты и информационные услуги.

6. Политика российских и зарубежных производителей программного обеспечения на информационном рынке.
7. Реклама на информационном рынке. Рекламная политика фирм-производителей программных продуктов и услуг.
8. Информационные продукты и ресурсы программы Marketing Expert.
9. Характеристика маркетинговых программ.
10. Порядок передачи исключительных прав на программы для ЭВМ и базы данных.
11. Возможности использования патентной защиты для разработок, связанных с использованием ЭВМ.
12. Глобальные телекоммуникационные технологии в области рекламы и электронной продажи.
13. Информационные технологии и право. Законодательство в области информационных технологий.
14. Технологии разработки рекламных продуктов.
15. Информационные продукты и ресурсы программы БЭСТ-Маркетинг
16. Специализированные пакеты прикладных программ для решения задач маркетинга
17. Базы данных в маркетинге
18. Розничная торговля в Интернет
19. Современные мировые тенденции развития систем маркетинговой информации.
20. Маркетинговые системы поддержки принятия решений.

Отчёт о выполненной работе представить в виде презентации PowerPoint и краткого выступления, в котором необходимо отразить основные положения по выполненным этапам задания.

7. Оценочные средства

7.1. Вопросы к рубежным аттестациям

Вопросы к первой рубежной аттестации

1. Информатизация общества.
2. Основные товары и услуги рынка программного обеспечения
3. Структура и состав информационной системы маркетинга
4. Жизненный цикл информационных систем.
5. Этапы разработки, создания и оптимизация информационных систем.
6. Моделирование бизнес-процессов.
7. Основы маркетинга
8. Маркетинговая информация
9. Система планирования маркетинга
10. Концепция системы маркетинговой информации.
11. Структура информационной системы маркетинга

Образец билета к 1-ой рубежной аттестации

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства
Группа "ПИ-19" Семестр "4"
Дисциплина " Интернет маркетинг"
Билет № 1

1. Информатизация общества
2. Основы маркетинга

Подпись преподавателя_____ Подпись заведующего кафедрой_____

Вопросы ко второй рубежной аттестации

1. Маркетинговая смесь 4 р
2. Три уровня товара
3. Характеристика товара «Программный продукт», виды ПО.
4. Характеристики качества ПП
5. Программные продукты в маркетинговой деятельности.
6. Эффективность Информационной системы маркетинга
7. CRM «Marketing Analitic».
8. CRM GALLOPER. CRM Terrasoft.
9. Технология Интернет в маркетинге.
10. Виртуальное маркетинговое пространство.
11. Электронная коммерция.
12. Платежные системы.
13. Методы Интернет-рекламы.

Образец билета ко 2-ой рубежной аттестации

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова

Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства

Группа "ПИ-19" Семестр "4"

Дисциплина "Интернет маркетинг"

Билет № 1

1. Маркетинговая смесь 4 р
2. Технология Интернет в маркетинге

Подпись преподавателя_____ Подпись заведующего кафедрой_____

7.2. Вопросы к зачету

1. Информатизация общества.
2. Основные товары и услуги рынка программного обеспечения
3. Структура и состав информационной системы маркетинга
4. Жизненный цикл информационных систем.
5. Этапы разработки, создания и оптимизация информационных систем.
6. Моделирование бизнес-процессов.
7. Основы маркетинга
8. Маркетинговая информация
9. Система планирования маркетинга
10. Концепция системы маркетинговой информации.
11. Структура информационной системы маркетинга
12. Маркетинговая смесь 4 р
13. Три уровня товара
14. Характеристика товара «Программный продукт», виды ПО.
15. Характеристики качества ПП
16. Программные продукты в маркетинговой деятельности.
17. Эффективность Информационной системы маркетинга.
18. CRM «Marketing Analitic».
19. CRM GALLOPER. CRM Terrasoft.
20. Технология Интернет в маркетинге.
21. Виртуальное маркетинговое пространство.
22. Электронная коммерция.
23. Платежные системы.
24. Методы Интернет-рекламы.

Образец билета к зачету

ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им.акад. М.Д. Миллионщикова

Билет № 2

Дисциплина " Интернет маркетинг "

Институт _ЦЭ и ТП_ направление _ПИ_ __семестр

1. Система планирования маркетинга
2. Технология Интернет в маркетинге

УТВЕРЖДЕНО зав. кафедрой

на заседании кафедры

протокол № ___ от _____ _____ Л.Р. Магомаева

7.3.Текущий контроль

Лабораторная работа №1
Знакомство с маркетинговыми информационными системами
Лабораторная работа №2
(часть 1) Постройте матрицу BCG (управление продуктовым портфелем
(часть 2) Проведите прогнозирование объема продаж
Лабораторная работа № 3
Мониторинг достижения поставленных целей
Лабораторная работа №4
Многомерный факторный анализ
Прогнозирование в Excel
Лабораторная работа №5
Автоматизация планирования бюджета маркетинга
Лабораторная работа №6
Анализ конкурентоспособности компании

Образец лабораторной работы

Лабораторная работа №2 (часть 1)
Работа в программе «Маркетинг Микс»

Цель работы: Получить навыки работы в программе «Маркетинг Микс». Управление продуктовым портфелем.

Порядок работы: Постройте матрицу BCG (управление продуктовым портфелем) в программе «Маркетинг Микс».

Варианты заданий

а. Количество продуктов – 3; объем продаж – 20000р., 10000р., 40000р. соответственно; объем продаж конкурентов – 22000р., 20000р., 18000р. соответственно; темпы роста рынка – 5%, 7%, 1% соответственно; инвестиции – 5000р., 8000р., 14000р. соответственно. Сделайте выводы по полученным результатам.

б. Количество продуктов – 7; объем продаж – 70000р., 30000р., 40000р., 5000р., 25000р., 25000р., 27000р. соответственно; объем продаж конкурентов – 20000р., 20000р., 20000р., 0 р., 31000р., 25000р., 70000р. соответственно; темпы роста рынка – 1%, 1,5%, 0%, 2%, 1%, 5%, 0% соответственно; инвестиции – 20000р., 25000р., 15000р., 4000р., 7000р., 14000р., 14000р. соответственно. Сделайте выводы по полученным результатам.

в. Количество продуктов – 5; объем продаж – 25000р., 14000р., 8000р., 28000р., 300000р., соответственно; объем продаж конкурентов – 100000р., 110000р., 200000р., 250000 р., 50000р. соответственно; темпы роста рынка – -10%, -7%, -15%, 2%, 7% соответственно; инвестиции – 18000р., 10000р., 15000р., 10000р., 100000р. соответственно. Сделайте выводы по полученным результатам.

Содержание отчета: Отчет должен содержать: титульный лист; цель работы; задание; полученные матрицы BCG по каждому варианту заданий и выводы, сделанные по моделям.

7.4. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания.

Планируемые результаты освоения компетенции	**Критерии оценивания результатов обучения**				**Наименование оценочного средства**
	менее 41 баллов (неудовлетворительно)	**41-60 баллов (удовлетворительно**	**61-80 баллов (хорошо)**	**81-100 баллов (отлично)**	
ПК-2. ***Способен разрабатывать и адаптировать прикладное программное обеспечение.***					
Знать: современные информационные системы и программные обеспечения.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Лабораторные работы, билеты к рубежным аттестациям.
Уметь: выбирать современные информационные системы и программные обеспечения при решении задач профессиональной деятельности.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения современных информационных систем и использование программного обеспечения, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПК-7. ***Способен проводить статистический, эмпирический и маркетинговый анализ ИКТ для рационального выбора инструментария автоматизации и информатизации прикладных задач.***					

Знать: как определять первоначальные требования заказчика к автоматизации и информатизации прикладных задач.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Лабораторные работы, билеты к рубежным аттестациям.
Уметь: проводить статистический, эмпирический и маркетинговый анализ ИКТ.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения маркетингового анализа для решения задач профессиональной деятельности.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

8. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся созданы фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. Форма проведения текущей аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При тестировании для слабовидящих студентов используются фонды оценочных средств с укрупненным шрифтом. На экзамен приглашается сопровождающий, который обеспечивает техническое сопровождение студенту. При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене (или зачете). Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья и обучающиеся инвалиды обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами

(программы, учебные пособия для самостоятельной работы и т.д.) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья **по зрению:**

- для слепых: задания для выполнения на семинарах и практических занятиях оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом; письменные задания выполняются на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых либо надиктовываются ассистенту; обучающимся для выполнения задания при необходимости предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

- для слабовидящих: обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; обучающимся для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; задания для выполнения заданий оформляются увеличенным шрифтом;

2) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья **по слуху:**

- для глухих и слабослышащих: обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; предоставляются услуги сурдопереводчика;

- для слепоглухих допускается присутствие ассистента, оказывающего услуги тифлосурдопереводчика (помимо требований, выполняемых соответственно для слепых и глухих);

3) для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих лекции и семинары, проводимые в устной форме, проводятся в письменной форме;

4) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, **имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:**

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата, нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей: письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту; выполнение заданий (тестов, контрольных работ), проводимые в письменной форме, проводятся в устной форме путем опроса, беседы с обучающимся.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Основная литература:

1. Катаев А.В., Интернет-маркетинг: учебное пособие / Катаев А. В. - Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2018. - 153 с. - ISBN 978-5-9275-2673-4 - Текст: электронный // ***ЭБС "Консультант студента"***

2. Ценообразование: Учебник для бакалавров [Электронный ресурс] / Магомедов М. Д. - М: Дашков и К, 2017 **– ЭБС «Консультант Студента»**

3. Управление продвижением инноваций на основе информационных технологий [Электронный ресурс] / Курчеева Г.И. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2016. - **ЭБС «Консультант Студента»**

9.2. Методические указания для освоения дисциплины (Приложение)

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

10.1. Материально-техническая база

Лекционная аудитория, оснащенная компьютером, видеопроекционным оборудованием, в том числе для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном.

Мультимедийные средства и другая техника для презентаций учебного материала, офисный пакет программ MSWindows (MS Excel, MSWord) для оформления расчетов экономической эффективности информационных систем, OpenOfficeGoogleChrome.

10.2. Помещения для самостоятельной работы

Помещение для самостоятельной работы (Главный учебный корпус ФГБОУ ВО «Грозненский государственный нефтяной технический университет» 364902, Чеченская республика, г. Грозный, проспект им. Х.А. Исаева, 100. Аудитория оснащена необходимой компьютерной техникой, в наличии есть необходимое ПО: WinPro 10 RUS Uprgrd OLP NL Acdmc; OfficeStd RUS OLP NL Acdmc (право на использование согласно Контракту № 267-ЭА/19 от 15.09.2019 г.) Система ГАРАНТ (пропиетарная лицензия) Visual Studio-(Freemium) 1С Предприятие договор от 02.12.2020 регистрационные номера продуктов (9334859; 9334952) Sublime Text- (открытый доступ) Notepad++ (открытый доступ)

Приложение

Методические указания по освоению дисциплины «Интернет маркетинг»

1. Методические указания для обучающихся по планированию и организации времени, необходимого для освоения дисциплины.

Изучение рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой дисциплины, ее структурой и содержанием разделов (модулей), фондом оценочных средств, ознакомиться с учебно-методическим и информационным обеспечением дисциплины.

Дисциплина «Интернет маркетинг» состоит из 6 связанных между собою тем, обеспечивающих последовательное изучение материала.

Обучение по дисциплине «Интернет маркетинг» осуществляется в следующих формах:

1. Аудиторные занятия (лекции, лабораторные занятия).

2. Самостоятельная работа студента (подготовка к рефератам, лабораторным занятиям, подготовка к зачету).

3. Интерактивные формы проведения занятий (лекция-дискуссия и др. формы).

Учебный материал структурирован и изучение дисциплины производится в тематической последовательности. Каждому лабораторному занятию и самостоятельному изучению материала предшествует лекция по данной теме. Обучающиеся самостоятельно проводят предварительную подготовку к занятию, принимают активное и творческое участие в обсуждении теоретических вопросов, разборе проблемных ситуаций и поисков путей их решения. Многие проблемы, изучаемые в курсе, носят дискуссионный характер, что предполагает интерактивный характер проведения занятий на конкретных примерах.

Описание последовательности действий обучающегося:

При изучении курса следует внимательно слушать и конспектировать материал, излагаемый на аудиторных занятиях. Для его понимания и качественного усвоения рекомендуется следующая последовательность действий:

1. После окончания учебных занятий для закрепления материала просмотреть и обдумать текст лекции, прослушанной сегодня, разобрать рассмотренные примеры (10 – 15 минут).

2. При подготовке к лекции следующего дня повторить текст предыдущей лекции, подумать о том, какая может быть следующая тема (10 - 15 минут).

3. В течение недели выбрать время для работы с литературой в библиотеке (по 1 часу).

4. При подготовке к лабораторному занятию повторить основные понятия по теме, изучить примеры. Решая конкретную ситуацию, - предварительно понять, какой теоретический материал нужно использовать. Наметить план решения, попробовать на его основе решить 1 - 2 занятия.

2. Методические указания по работе обучающихся во время проведения лекций.

Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Для студентов в большинстве случаев в проблемном стиле. Проблемный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию.

Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления, или процессов, выводы и практические рекомендации.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает преподаватель, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

Работая над конспектом лекций, необходимо использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал преподаватель. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Тематика лекций дается в рабочей программе дисциплины.

3. Методические указания обучающимся по подготовке к лабораторным занятиям.

На лабораторных занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике лабораторных занятий.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к лабораторному занятию:

1. Ознакомление с планом лабораторного занятия, который отражает содержание предложенной темы;

2. Проработать конспект лекций;

3. Прочитать основную и дополнительную литературу.

В процессе подготовки к лабораторным занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение конспекта лекций и дополнительную литературу. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов отношение к конкретной проблеме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса;

4. Выполнить лабораторную работу;

5. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно выполнять работу в предоставленных программах, правильно выполнять лабораторные задания, которые даются в фонде оценочных средств дисциплины.

4. Методические указания обучающимся по организации самостоятельной работы.

Цель организации самостоятельной работы по дисциплине «Интернет маркетинг» - это углубление и расширение знаний в области технических наук; формирование навыка и интереса к самостоятельной познавательной деятельности.

Самостоятельная работа обучающихся является важнейшим видом освоения содержания дисциплины, подготовки к практическим занятиям и к контрольной работе. Сюда же относятся и самостоятельное углубленное изучение тем дисциплины. Самостоятельная работа представляет собой постоянно действующую систему, основу образовательного процесса и носит исследовательский характер, что послужит в будущем основанием для написания выпускной квалификационной работы, практического применения полученных знаний.

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению, с учетом потребностей и возможностей личности.

Правильная организация самостоятельных учебных занятий, их систематичность, целесообразное планирование рабочего времени позволяет студентам развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивать высокий уровень успеваемости в период обучения, получить навыки повышения профессионального уровня.

Подготовка к лабораторному занятию включает, кроме проработки конспекта и презентации лекции, поиск литературы (самостоятельно), решение тематических заданий лабораторной работы.

Самостоятельная работа реализуется:

– непосредственно в процессе аудиторных занятий - на лекциях;

– в контакте с преподавателем вне рамок расписания - на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.

Виды СРС и критерии оценок

(по балльно-рейтинговой системе ГГНТУ, СРС оценивается в 15 баллов)

1. Реферат

Темы для самостоятельной работы прописаны в рабочей программе дисциплины. Эффективным средством осуществления обучающимся самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем.

Составитель:

К.э.н., ст. преподаватель каф. «ИСЭ» /Гапаева С.У./

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей каф. «ИСЭ» /Магомаева Л.Р./

Директор ДУМР /Магомаева М.А./