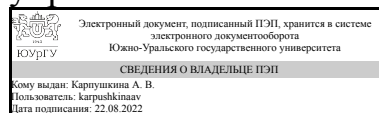


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института  
Высшая школа экономики и  
управления



А. В. Карпушкина

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины** ДВ.1.12.01 Автоматизированные системы управления в логистике и маркетинге

**для направления** 38.03.02 Менеджмент

**уровень** бакалавр **тип программы** Прикладной бакалавриат

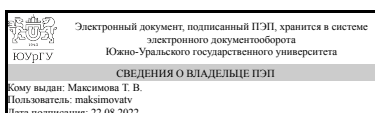
**профиль подготовки** Маркетинг и логистика

**форма обучения** очная

**кафедра-разработчик** Менеджмент

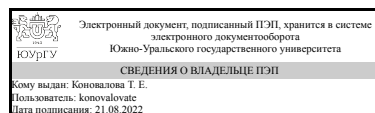
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.01.2016 № 7

Зав.кафедрой разработчика,  
к.экон.н., доц.



Т. В. Максимова

Разработчик программы,  
старший преподаватель



Т. Е. Коновалова

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование системного представления о автоматизированных системах управления в логистике и маркетинге, выработке навыков принятия решений по основным вопросам автоматизации предприятий в области маркетинговых решений и в части логистических бизнес-процессов. Задачи дисциплины: - сформировать представление о концепциях, функциях, направлениях автоматизации процессов на предприятии; - обучить приемам оценки роли и современных условий развития информационных систем; - ознакомить с методами выбора, адаптации и внедрения информационных систем; - сформировать навыки выявления целей и потребностей предприятия в обеспеченности информационными системами, реинжиниринга бизнес-процессов; - сформировать навыки эффективного использования информационных систем в маркетинге

## Краткое содержание дисциплины

Рассматриваются технологии ручной и автоматизированной комплектации заказов (Pick by Voice, Pick to Light), технологии автоматизации логистических процессов, автоматизированные технологические линии и робототехнические комплексы (Sim Corporation, Actiw), технологии виртуальной реальности в логистике и технологии документооборота. Информационные ресурсы маркетинга. Информационная среда маркетинга предприятия. Аналитические и программные средства компьютерного решения маркетинговых задач.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУНы)
ПК-11 владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	Знать: современные технологии как инструмент оптимизации процессов управления в маркетинге и логистическом комплексе;
	Уметь: охарактеризовать основные типы информационных систем; использовать базовые подходы к выбору информационных систем и ключевые характеристики заключаемых сделок; использовать информационные системы для ведения маркетинговой информации предприятия
	Владеть: методологией внедрения информационных систем в маркетинговой и логистической деятельности; подходами к управлению проектами развития компании в части автоматизации;
ПК-10 владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	Знать: значение и место автоматизации бизнес-процессов в логистике и маркетинге; сущность автоматизации информационных систем; области и методы их применения; основных поставщиков информационных систем, основные классы систем, методологию внедрения информационных систем, основные стандарты для отображения бизнес-процессов;

	Уметь: выделять основные объекты автоматизации; использовать современные информационные технологии автоматизации в области логистики и маркетинга для эффективного практического применения;
	Владеть: навыками анализа информации и применения информационных систем в практической деятельности

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Б.1.10 Информатика, ДВ.1.07.01 Маркетинговые исследования	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
ДВ.1.07.01 Маркетинговые исследования	Знать: - виды маркетинговых исследований - этапы маркетинговых исследований Уметь: - применять методы получения и обработки маркетинговой информации Владеть: навыками получения и обработки маркетинговой информации
Б.1.10 Информатика	Знать: - фундаментальные понятия информатики как науки; - классификацию информации; - основные понятия информатизации общества. Уметь: - измерять количество информации (синтаксический, семантический, прагматический подходы). - определять методы обработки информации Владеть: - основами информационной культуры - навыками поиска и обработки информации

### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		8
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	60	60
Лекции (Л)	24	24
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	36	36
Лабораторные работы (ЛР)	0	0

Самостоятельная работа (СРС)	48	48
Подготовка к тестированию, контрольным мероприятиям	30	30
Подготовка к экзамену. Изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку	18	18
Вид итогового контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

## 5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Автоматизированные системы управления в логистике	30	12	18	0
2	Автоматизированные системы в маркетинге	30	12	18	0

### 5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Основные понятия. Классификация систем управления в логистике. Принципиальная схема автоматизации систем управления в логистике. Функции систем управления в логистике.	2
2	1	Основные концепции, функции и сферы применения классов информационных систем: ERP, SCM, WMS, EAM; CRM, call-центры и PRM	2
3	1	Характеристика основных типов автоматизации логистических процессов и область их применения. Критерии выбора стратегии автоматизации	2
4	1	Применение автоматизированных систем управления транспортными средствами Интеграция транспортных и информационных систем.	2
5	1	Информационное обеспечение в системах управления Алгоритмы работы систем управления в логистике.	2
6	1	Анализ проектов развития автоматизированных систем управления. Автоматизированные системы управления в логистике с использованием технологий ИТС	2
7	2	Информационные ресурсы маркетинга	2
8	2	Информационная среда маркетинга предприятия и технологии ее формирования	2
9	2	Технологии хранения и обработки маркетинговых данных	2
10	2	Программные средства решения маркетинговых задач	2
11	2	Интеллектуальные информационные технологии в формировании маркетинговых решений	2
12	2	Инструментарий маркетинговых информационных систем	2

### 5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Информационные системы в управлении	2
2	1	Исследование и декомпозиция бизнес-процессов в логистике	2
3	1	Определение потенциальных возможностей для улучшения логистики предприятия	2

4	1	Выявление системы управления и потребности предприятия в автоматизации. Постановка задач автоматизации системы управления	2
5	1	Составление архитектуры интегрированных информационных систем на базе анализа предоставленного технического задания по автоматизации предприятия	2
6	1	Разработка плана проекта внедрения информационной системы на предприятии	2
7	1	Оценка эффективности автоматизации бизнес-процессов в логистике	2
8	1	Анализ рынка автоматизированных систем управления	2
9	1	Консолидированный анализ рынка автоматизированных систем управления бизнеспроцессов в логистике	2
10	2	Информационные потребности маркетинга. Характеристика рынка маркетинговых информационных ресурсов	2
11	2	Потоки маркетинговой информации на предприятии Система управления маркетинговой информацией предприятия Технологическая подготовка маркетинговой информации к компьютерной обработке	2
12	2	Средства доступа к маркетинговым информационным ресурсам сети Интернет	2
13	2	Технологии хранения и оперативной обработки маркетинговой информации в базах данных	2
14	2	Аналитические методы и модели в компьютерных технологиях маркетинга	2
15	2	Статистические ППП в задачах обработки маркетинговой информации	2
16	2	CRM-системы управления в маркетинге	2
17	2	Экспертные системы в маркетинге. Технологии Data Mining	2
18	2	Унифицированные маркетинговые информационные системы	2

### 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

### 5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)	Кол-во часов
Подготовка к тестированию, контрольным мероприятиям	Карминский, А. М. Информационные системы в экономике [Текст] Ч. 1 Методология создания учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент организации": в 2-х ч. А. М. Карминский, Б. В. Черников. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 335 с. ил. Информационные технологии в маркетинге [Текст] учеб. для вузов по экон. специальностям Г. А. Титоренко, Г. Л. Макарова, Д. М. Дайитбегов и др.; под ред. Г. А. Титоренко. - М.: ЮНИТИ, 2000. - 330, [5] с. ил. Методические указания по самостоятельной работе студентов по дисциплине «Автоматизированные системы управления в логистике». – Челябинск, Учебно-методическая разработка кафедры «Логистика и	30

	экономика торговли», 2014. – 32 с.	
Подготовка к экзамену. Изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку	Основная и дополнительная литература	18

## 6. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
Применение электронных мультимедийных учебников и учебных пособий	Лекции	Использование электронных презентаций	8
Применение активных методов обучения, на основе опыта и др.	Практические занятия и семинары	Проблемные семинары-совещания. Подготовка групповых презентаций	6

## Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

Инновационные формы обучения	Краткое описание и примеры использования в темах и разделах
Разбор конкретных ситуаций	Решение практических ситуаций в области автоматизации процессов торговли

Использование результатов научных исследований, проводимых университетом, в рамках данной дисциплины: нет

## 7. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

### 7.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНы	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Автоматизированные системы управления в логистике	ПК-11 владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	Тест 1	вопросы
Автоматизированные системы управления в логистике	ПК-10 владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	Контрольная работа 1: групповая работа	Темы
Автоматизированные системы в маркетинге	ПК-11 владением навыками анализа информации о функционировании системы	Тест 2	вопросы

	внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов		
Автоматизированные системы в маркетинге	ПК-10 владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	Контрольная работа 2	Типовая задача
Автоматизированные системы в маркетинге	ПК-11 владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	Контрольная работа 3	типовая ситуация
Все разделы	ПК-10 владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	экзамен	вопросы
Все разделы	ПК-11 владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	экзамен	вопросы

## 7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
Тест 1	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения раздела курса «Автоматизированные системы управления в логистике» проводится текущее тестирование. Количество вопросов - 20, генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 20 минут. Максимальное количество баллов – 10. Весовой коэффициент мероприятия – 1.	Отлично: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 85 % Хорошо: рейтинг обучающегося за мероприятие находится в диапазоне [75%; 84%] Удовлетворительно: рейтинг обучающегося за мероприятие находится в диапазоне [60%; 74%] Неудовлетворительно: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %
Контрольная работа 1: групповая	Групповое задание выдается студентам в процессе изучения автоматизированных систем управления в логистике. Задание состоит в анализе информации и	Отлично: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или

<p>работа</p>	<p>подготовке сообщения на тему. Тема задания выбирается из типовых тем и согласовывается с преподавателем. Подготовка задания проводится в группах по 2-3 человека. Время, отведенное на выполнение задания – 3 недели. Результаты задания оформляются в виде презентации и выполняется устный доклад аудитории на практическом занятии.</p> <p>Показатели и критерии оценивания задания: 1. Подготовка презентации: умение доступно и понятно отразить исходные данные, применяемые методы и результаты; количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления; соответствие оформления презентации установленным требованиям. 2. Доклад и защита: 12-15 баллов: тема раскрыта в полном объеме, представлен развернутый анализ информации и даны аргументированные выводы; на все дополнительные вопросы даны четкие, аргументированные ответы 8-11: тема раскрыта в полном объеме, представлен развернутый анализ информации и даны аргументированные выводы, но были допущены незначительные неточности; на дополнительные вопросы были даны неполные или недостаточно аргументированные ответы 4-7 баллов: тема раскрыта не в полном объеме, представлен недостаточно подробный анализ информации, выводы отсутствуют или недостаточно аргументированы; на дополнительные вопросы даны неточные или не раскрывающие сути проблемы ответы 0-3 баллов: тема раскрыта не в полном объеме, представлен не достаточно подробный анализ информации, выводы отсутствуют или недостаточно аргументированы; обучающиеся отказываются отвечать на дополнительные вопросы или дают неверные ответы. Выполненное задание загружается в электронную среду (ЮУрГУ 2.0) При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Общий балл при оценке складывается из следующих показателей: 1. Подготовка презентации – 1-5 баллов 2. Доклад и защита – 1-15 баллов Максимальное количество баллов – 20. Весовой коэффициент мероприятия – 1.</p>	<p>равен 85 % Хорошо: рейтинг обучающегося за мероприятие находится в диапазоне [75%; 84%] Удовлетворительно: рейтинг обучающегося за мероприятие находится в диапазоне [60%; 74%] Неудовлетворительно: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %</p>
<p>Тест 2</p>	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) В процессе прохождения раздела курса «Автоматизированные системы в маркетинге» проводится текущее тестирование. Количество вопросов - 20, генерируются тестовой программой. Время, отводимое на тестирование - 20 минут. Максимальное количество баллов – 10. Весовой коэффициент мероприятия – 1.</p>	<p>Отлично: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 85 % Хорошо: рейтинг обучающегося за мероприятие находится в диапазоне [75%; 84%] Удовлетворительно: рейтинг обучающегося за мероприятие находится в</p>



		диапазоне [60%; 74%] Неудовлетворительно: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %
Контрольная работа 2	<p>Индивидуальная работа по теме «Маркетинговая информация предприятия». Время, отведенное на выполнение задания – 2 недели. Результаты задания оформляются в пояснительной записке (в электронном виде) и презентуются аудитории на практическом занятии. Показатели и критерии оценивания задания: 1. Подготовка презентации: умение доступно и понятно отразить исходные данные, применяемые методы и результаты; количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления; соответствие оформления презентации установленным требованиям. 2. Доклад и защита: 8 баллов: задание выполнено в полном объеме, представлены примеры маркетинговой информации, проектирование системы информационных потоков рационально, логично; на все дополнительные вопросы даны четкие, аргументированные ответы 6-7: задание выполнено в полном объеме, представлены примеры маркетинговой информации, проектирование системы информационных потоков рационально, логично, но были допущены незначительные неточности; на дополнительные вопросы были даны неполные или недостаточно аргументированные ответы 2-5 баллов: задание выполнено не в полном объеме, не достаточно представлены примеры маркетинговой информации, проектирование системы информационных потоков рационально не целостно; на дополнительные вопросы даны неточные или не раскрывающие сути проблемы ответы 0-1 баллов задание отсутствует; задание выполнено не в полном объеме, не достаточно представлены примеры маркетинговой информации, проектирование системы информационных потоков не выполнено; обучающийся отказывается отвечать на дополнительные вопросы или дают неверные ответы. Выполненное задание загружается в электронную среду (ЮУрГУ 2.0) При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Общий балл при оценке складывается из следующих показателей: 1. Подготовка презентации – 1-2 балла 2. Доклад и защита – 1-8 баллов Максимальное количество баллов – 10. Весовой коэффициент мероприятия – 1.</p>	<p>Отлично: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 85 % Хорошо: рейтинг обучающегося за мероприятие находится в диапазоне [75%; 84%] Удовлетворительно: рейтинг обучающегося за мероприятие находится в диапазоне [60%; 74%] Неудовлетворительно: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %</p>
Контрольная работа 3	<p>Индивидуальная работа по теме «Автоматизация управления в маркетинге». Время, отведенное на выполнение задания – 2 недели. Результаты задания оформляются в пояснительной записке (в электронном виде) и презентуются аудитории на</p>	<p>Отлично: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 85 % Хорошо: рейтинг</p>

	<p>практическом занятии. Показатели и критерии оценивания задания: 1. Подготовка презентации: умение доступно и понятно отразить исходные данные, применяемые методы и результаты; количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления; соответствие оформления презентации установленным требованиям. 2. Доклад и защита: 8 баллов: задание выполнено в полном объеме, представлены примеры CRM-систем, проведен хороший анализ современных систем, критерии выбраны рационально; на все дополнительные вопросы даны четкие, аргументированные ответы 6-7: задание выполнено в полном объеме, представлены примеры CRM-систем, проведен хороший анализ современных систем, критерии выбраны рационально, но были допущены незначительные неточности; на дополнительные вопросы были даны неполные или недостаточно аргументированные ответы 2-5 баллов: задание выполнено не в полном объеме, слабо представлены или не представлены примеры CRM-систем, проведенный анализ современных систем не достаточно полный, критерии выбраны не всегда рационально; на дополнительные вопросы даны неточные или не раскрывающие сути проблемы ответы 0-1 баллов задание отсутствует; задание выполнено не в полном объеме, не достаточно представлены примеры CRM-систем, не выявлены критерии анализа данных; обучающийся отказывается отвечать на дополнительные вопросы или дают неверные ответы. Выполненное задание загружается в электронную среду (ЮУрГУ 2.0) При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Общий балл при оценке складывается из следующих показателей: 1. Подготовка презентации – 1-2 балла 2. Доклад и защита – 1-8 баллов Максимальное количество баллов – 10. Весовой коэффициент мероприятия – 1.</p>	<p>обучающегося за мероприятие находится в диапазоне [75%; 84%] Удовлетворительно: рейтинг обучающегося за мероприятие находится в диапазоне [60%; 74%] Неудовлетворительно: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %</p>
<p>экзамен</p>	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Экзамен проводится устно по билетам (в билете 2 вопроса). Максимальное количество баллов – 40. На подготовку ответа отводится 30 мин. Критерии оценивания ответа на вопрос: 20 баллов - правильный ответ на вопрос, приведены примеры, студент ориентируется в терминологии; 16 баллов – ответ на вопрос в целом верный, допущены небольшие неточности в формулировках, приведены примеры; 12 баллов – ответ на вопрос в целом верный, допущены</p>	<p>Отлично: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 85 % Хорошо: рейтинг обучающегося за мероприятие находится в диапазоне [75%; 84%] Удовлетворительно: рейтинг обучающегося за мероприятие находится в диапазоне [60%; 74%] Неудовлетворительно: рейтинг обучающегося за</p>

	<p>небольшие неточности в формулировках, но не приведены примеры; 8 баллов – ответ на основной вопрос и уточняющие вопросы поверхностный; 4 балла – студент не ориентируется в теоретическом материале, но может привести примеры их практики; 0 баллов – неправильный ответ, отсутствие ответа на вопрос. Экзамен считается завершенным, если по совокупности баллов студент набрал не менее 60 % общего рейтинга обучающегося, в ином случае студент направляется на пересдачу</p>	<p>мероприятие менее 60 %</p>
--	--	-------------------------------

### 7.3. Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
Тест 1	<p>Основные понятия логистики.  Автоматизированную систему управления. Основные понятия.  Классификация систем управления в логистике.  Принципиальная схема автоматизации систем управления в логистике.  Функции систем управления в логистике.  Информационные системы: концепции, функции и сферы применения  Алгоритмы работы систем управления в логистике  Развитие автоматизированных систем управления в логистике</p>
Контрольная работа 1: групповая работа	<p>Перечень типовых тем:  Материальные потоки. Классификация и параметры  Финансовые потоки. Схемы финансовых потоков  Информационные потоки. Классификация  Информационные технологии в логистике  Микрологистическая система KANBAN  Система «планирование потребностей/ресурсов»  Системы «быстрого реагирования и «непрерывного пополнения запасов»  Системы управления качеством обслуживания потребителей в логистике  Логистическая система городского пассажирского транспорта  Анализ и оптимизация логистических затрат  Контроль движения товара в цепи поставок  Системы навигации транспортных средств в цепях поставок  Системы мониторинга в цепях поставок товаров  Автоматизированные системы управления логистическими операциями (например: закупки, тендеры, управление складом, маршрутизация перевозок...)  Классификация логистических провайдеров (2 PL, 3 PL, 4PL провайдеры)</p>
Тест 2	<p>Информационные ресурсы маркетинга  Информационная среда маркетинга предприятия  Технологии хранения маркетинговых данных  Технологии обработки маркетинговых данных  Информационные технологии в формировании маркетинговых решений</p>
Контрольная работа 2	<p>Маркетинговая информация предприятия (проектирование). Подготовка типовых документов. Сбор информации, обработка. Использование Баз данных.</p>
Контрольная работа 3	<p>Анализ CRM-систем: определение круга объектов для анализа и методов анализа; выработка критериев анализа; сравнение операций по автоматизации задач.</p>
экзамен	<p>Методические основы проектирования информационных систем для управления доставкой грузов.  Использование Интернет при организации перевозок.</p>

	<p>Современные информационные системы для организации автомобильных перевозок.</p> <p>Требования к реализации информационных систем на предприятии.</p> <p>Структура системы оперативного документооборота предприятия.</p> <p>Значение информационных технологий для конкурентоспособности предприятия.</p> <p>Информационные технологии в производстве.</p> <p>Качества информационных систем.</p> <p>Качества информации с точки зрения безопасности.</p> <p>Функции систем управления.</p> <p>Структура информационной модели управления.</p> <p>Принципы разработки информационных систем.</p> <p>Современные тенденции развития информационных технологий.</p> <p>Информационное обеспечение автотранспортного процесса.</p> <p>Активные и пассивные информационные системы.</p> <p>Производство и потребление информационных продуктов и услуг.</p> <p>Основные этапы разработки локальной базы данных.</p> <p>Этапы развития баз данных.</p> <p>Принципы разработки баз данных.</p> <p>Виды баз данных.</p> <p>Преимущества, недостатки централизованных и децентрализованных баз данных.</p> <p>Применение ГИС для организации перевозок.</p> <p>Информация в сфере маркетинга</p> <p>Общая характеристика информационных потребностей маркетинга</p> <p>Характеристика мирового и Российского рынков маркетинговых информационных ресурсов</p> <p>Потоки маркетинговой информации на предприятии</p> <p>Система управления маркетинговой информацией предприятия</p> <p>Подготовка маркетинговой информации к компьютерной обработке</p> <p>Маркетинговые компьютерные технологии</p> <p>Средства доступа к маркетинговым информационным ресурсам сети Интернет</p> <p>Технологии хранения и оперативной обработки маркетинговой информации в базах данных</p> <p>Использование хранилищ данных в решении маркетинговых задач</p> <p>Аналитические методы и модели в компьютерных технологиях маркетинга</p> <p>Статистические ППП в задачах обработки маркетинговой информации</p> <p>CRM – системы. Типы.</p> <p>CRM – системы. Клиентские базы</p> <p>CRM – системы. Преимущества и критерии выбора</p> <p>Методы формирования маркетинговых решений</p> <p>Базы знаний. Особенности их применения в маркетинге.</p> <p>Технология Data Mining</p> <p>Структурные составляющие маркетинговой информационной системы</p>
--	--

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

#### а) основная литература:

1. Карминский, А. М. Информационные системы в экономике [Текст] Ч. 1 Методология создания учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент организации": в 2-х ч. А. М. Карминский, Б. В. Черников. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 335 с. ил.

2. Карминский, А. М. Информационные системы в экономике [Текст] Ч. 2 Практика использования учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент организации": в 2-х ч. А. М. Карминский, Б. В. Черников. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 238, [1] с. ил.

*б) дополнительная литература:*

1. Информационные технологии в маркетинге [Текст] учеб. для вузов по экон. специальностям Г. А. Титоренко, Г. Л. Макарова, Д. М. Дайитбегов и др.; под ред. Г. А. Титоренко. - М.: ЮНИТИ, 2000. - 330, [5] с. ил.

*в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*

1. Экономист, Вопросы экономики, Российский экономический журнал

*г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ В ЛОГИСТИКЕ И МАРКЕТИНГЕ. Методические указания по самостоятельной работе. – Челябинск, ЮУрГУ, 2019. – 32 с.

*из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:*

1. АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ В ЛОГИСТИКЕ И МАРКЕТИНГЕ. Методические указания по самостоятельной работе. – Челябинск, ЮУрГУ, 2019. – 32 с.

### **Электронная учебно-методическая документация**

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Куправа, Т.А. Управление торговлей 1С:8.3. Редакция 11.1. Функционал развития. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : ДМК Пресс, 2015. — 316 с. — Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/book/69957">http://e.lanbook.com/book/69957</a> — Загл. с экрана.
2	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Исаев, Г.Н. Информационные системы в экономике: Учебник. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Омега-Л, 2011. — 462 с. — Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/book/5527">http://e.lanbook.com/book/5527</a> — Загл. с экрана.
3	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Тишкина, Л.Н. Информационные системы в экономике: Электронное учебное пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 165 с. — Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/book/63814">http://e.lanbook.com/book/63814</a> — Загл. с экрана.
4	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 444 с. <a href="https://urait.ru/bcode/489534">https://urait.ru/bcode/489534</a>

## **9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса**

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)
2. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

Нет

#### **10. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	560 (2)	мультимедийное оборудование
Практические занятия и семинары	114-6 (2)	Компьютеры с выходом в Интернет