

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Учебно-методическое объединение по образованию
в области информатики и радиоэлектроники

УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель Министра образования
Республики Беларусь

_____ И.А.Старовойтова

_____ /тип.
Регистрационный № ТД-_____

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ

Типовая учебная программа по учебной дисциплине

для специальности:

1-28 01 02 Электронный маркетинг

СОГЛАСОВАНО

Директор

ООО «Вебком групп»

_____ С.Г. Царик

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления

профессионального образования

Министерства образования

Республики Беларусь

_____ С.А. Касперович

СОГЛАСОВАНО

Председатель Учебно-методического

объединения по образованию в

области информатики и

радиоэлектроники

_____ В.А. Богуш

СОГЛАСОВАНО

Проректор по научно-методической

работе Государственного учреждения

образования «Республиканский

институт высшей школы»

_____ И.В. Титович

Эксперт-нормоконтролер

Минск 2021

СОСТАВИТЕЛИ:

В.В. Верняховская, старший преподаватель кафедры экономики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», магистр экономических наук;

В.А. Пархименко, заведующий кафедрой экономики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Кафедра цифровой экономики учреждения образования «Белорусская государственная академия связи» (протокол № 9 от 20.04.2021 г.);

Н.А. Хаустович, заведующий кафедрой экономики и управления учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ТИПОВОЙ:

Кафедрой экономики учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники» (протокол № 11 от 05.04.2021 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники» (протокол № 10 от 21.05.2021 г.);

Научно-методическим советом по прикладным информационным системам и технологиям Учебно-методического объединения по образованию в области информатики и радиоэлектроники (протокол № 4 от 29.03.2021 г.);

Ответственный за редакцию: С.С. Шишпаронок

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

ХАРАКТЕРИСТИКА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Типовая учебная программа по учебной дисциплине «Информационные технологии в маркетинге» разработана для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по специальности 1-28 01 02 Электронный маркетинг в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования первой ступени и типового учебного плана вышеуказанной специальности.

Знание информационных технологий в настоящее время является объективно необходимым элементом подготовки кадров высшей квалификации. Учебная дисциплина "Информационные технологии в маркетинге" на приобретение будущим специалистом широкого спектра знаний и умений в области прикладных компьютерных информационных технологий, что позволит в дальнейшем эффективно использовать полученные знания в практической работе маркетолога. Полученные знания и навыки будут также востребованы при освоении специальных учебных дисциплин маркетинговой направленности и станут инструментом для грамотного выполнения и оформления рефератов, курсовых и дипломных проектов.

ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ, РОЛЬ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель преподавания учебной дисциплины: формирование компьютерной грамотности и подготовка студентов к использованию современных информационных технологий в качестве инструмента для решения практических задач в своей предметной области в области маркетинговой деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

обеспечение приобретения студентами навыков уверенной работы на персональном компьютере при решении базовых функциональных задач пользователя в области маркетинга;

формирование у студентов представления о современных компьютерах, аппаратном и программном обеспечении персональных компьютеров, перспективах их развития.

Учебная дисциплина «Информационные технологии в маркетинге» является базой для таких учебных дисциплин, как «Основы маркетинга», «Основы коммуникативного дизайна», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговые коммуникации» (компонент учреждения высшего образования), «Интернет-маркетинг и электронная коммерция».

ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате изучения учебной дисциплины «Информационные технологии в маркетинге» формируются следующие компетенции:

базовые профессиональные:

решать практические задачи в маркетинге с применением современных офисных прикладных компьютерных программ.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

базовые понятия информатики;

уметь:

использовать навыки работы на персональном компьютере при решении базовых функциональных задач пользователя области маркетинга;

создавать и форматировать сложные документы, содержащие таблицы, рисованные и другие объекты, с помощью текстового процессора Word;

разрабатывать и оформлять электронные таблицы с использованием формул, математических, логических и статистических функций и деловой графики с помощью табличного процессора Excel;

создавать комбинированные документы с помощью текстового процессора Word и табличного процессора Excel;

проектировать и оформлять презентации средствами системы динамических презентаций PowerPoint;

работать с инструментами программы Photoshop;

работать с инструментами программы Illustrator;

владеть:

навыками работы в Microsoft Office;

навыками работы в программе Photoshop;

навыками работы в программе Illustrator.

В рамках образовательного процесса по учебной дисциплине «Информационные технологии в маркетинге» студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Программа рассчитана на 120 учебных часов, из них – 60 аудиторных.

Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий:
лекций – 8 часов, лабораторных занятий – 52 часа.

Программа разработана без учета часов, отводимых на проведение текущей аттестации, определенной типовым учебным планом.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование раздела, темы	Всего аудиторных, часы	Лекции, часы	Лабораторные занятия, часы
Тема 1. Текстовый процессор Microsoft Word	16	2	14
Тема 2. Табличный процессор Microsoft Excel	16	2	14
Тема 3. Google Диск	4	-	4
Тема 4. Система динамических презентаций Microsoft Power Point	4	-	4
Тема 5. Adobe Photoshop	10	2	8
Тема 6. Adobe Illustrator	10	2	8
Итого:	60	8	52

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. ТЕКСТОВЫЙ ПРОЦЕССОР MICROSOFT WORD

Необходимость и значимость оформления текстовых документов в профессиональной деятельности маркетолога.

Использование основных возможностей текстового процессора MS Word: задание параметров документа, форматирование текста, использование стилей и заголовков, расстановка номеров страниц, создание таблиц, рисунков, диаграмм; использование редактора формул MS Equation; создание оглавления документа, проверка орфографии и грамматики текста, внедрение объектов, созданных другими приложениями Windows.

Множество функций, в том числе возможность защиты документа, преобразования его в разные форматы.

Инструменты пакета, которые изменяют внешний вид текста, добавляют графические элементы, фигуры, таблицы, графики и диаграммы.

Тема 2. ТАБЛИЧНЫЙ ПРОЦЕССОР MICROSOFT EXCEL

Необходимость и значимость использования электронных таблиц в профессиональной деятельности маркетолога.

Создание и оформление электронных таблиц с использованием формул, математических, логических и статистических функций и деловой графики. Форматирование таблиц. Построение диаграмм, гистограмм, графиков, спарклайнов. Выполнение сортировки и фильтрации данных. Выполнение условного форматирования.

Создание комбинированных документов с помощью текстового процессора Word и табличного процессора Excel.

Работа с абсолютными и относительными ссылками.

Тема 3. GOOGLE ДИСК

Необходимость и значимость использования облачных сервисов хранения данных в профессиональной деятельности маркетолога.

Google Диск, как сервис хранения, редактирования и синхронизации файлов, разработанный компанией Google. Хранение файлов в интернете, общий доступ к ним и совместное редактирование.

Тема 4. СИСТЕМА ДИНАМИЧЕСКИХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ MICROSOFT POWER POINT

Необходимость и значимость создания презентаций в профессиональной деятельности маркетолога.

Проектирование и оформление презентаций.

Создание, добавление, скрытие, копирование и перемещение слайдов. Изменение макетов и оформление слайда. Добавление анимаций и создание эффектов. Вставка текстовых, графических, звуковых и видеообъектов в слайд. Создание навигации с помощью гиперссылок. Демонстрация презентации. Настройка автоматического показа слайдов.

Тема 5. ADOBE PHOTOSHOP

Необходимость и значимость использования инструментов работы с растровой графикой в профессиональной деятельности маркетолога.

Назначение программы Photoshop, интерфейс, инструменты, их вид, опции, приемы их использования, основные операции с документами. Использование различных инструментов для создания, редактирования графических объектов. Работа с палитрой, выполнение основных действий с документами (создание, открытие, сохранение и т.д.). Совмещение фрагментов разных изображений в одно, создание коллажей и фотомонтаж. Коррекция изображений. Создание анимаций. Верстка текста.

Тема 6. ADOBE ILLUSTRATOR

Необходимость и значимость использования инструментов работы с векторной графикой в профессиональной деятельности маркетолога.

Назначение программы Adobe Illustrator, интерфейс, инструменты, их вид, опции, приемы их использования.

Работа с инструментами, графическими объектами. Инфографика.

Создание двумерных векторных объектов в Adobe Illustrator. Выполнение преобразования и трансформирования векторных объектов. Работа с цветом. Выполнение оформления текста. Работа со слоями. Применение к объектам эффектов, использование в работе символов и кистей. Комбинирование графики Illustrator с файлами других приложений Adobe. Работа с двумерными объектами.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

ОСНОВНАЯ

1. Верняховская, В. В. Информационные технологии в маркетинге. Лабораторный практикум : учебно-методическое пособие / В. В. Верняховская. – Минск : БГУИР, 2020. – 98 с.
2. Рудикова, Л. В. Microsoft Office Excel 2019 / Л. В. Рудикова. – Москва : БХВ-Петербург, 2020. – 624 с.
3. Бойер, П. Adobe Photoshop CS4 "для чайников" / П. Бойер. - Москва : Диалектика, 2018. – 464 с.
4. Юнов, С. В. Я могу работать с Microsoft Excel / С. В. Юнов. – Москва : Бинوم. Лаборатория знаний, 2016. – 280 с.
5. Леонтьев, В. П. Office 2016. Новейший самоучитель / В. П. Леонтьев. – Москва : Эксмо, 2015. – 368 с.
6. Тучкевич, Е. И. Самоучитель Adobe Illustrator CC 2018 / Е. И. Тучкевич. – Москва : БХВ-Петербург, 2019. – 624 с.
7. Скрылина, С. Photoshop CS5. 100 советов по коррекции и спецэффектам / С. Скрылина. – Москва : БХВ-Петербург, 2017. - 344 с.
8. Левин, А. Ш. Самоучитель работы на компьютере. Windows 8 и Microsoft Office / А. Ш. Левин. – Санкт-Петербург : Питер, 2014. - 236 с.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

1. Козлов, А. Ю. Статистический анализ данных в MS Excel : учебное пособие / А. Ю. Козлов, В. С. Мхитарян, В. Ф. Шишов. – Москва : ИНФРА-М, 2014. – 320 с.
2. Максимов, С. И. Excel 2013 и SPSS 21 в решении задач прикладной статистики : учебно-методическое пособие (с электронным приложением) / С. И. Максимов, Е. М. Зайцева. – Минск : РИВШ, 2015. - 132 с.
3. Adobe Illustrator [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://vuzlit.ru/996584/opisanie_programmy_adobe_illustrator_naznachenie_funktsii
4. Microsoft Word [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://best-exam.ru/rabota-so-shriftami-v-word/>

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

При изучении учебной дисциплины рекомендуется использовать следующие формы самостоятельной работы:

изучение тем (вопросов), вынесенных на самостоятельное изучение;

выполнение и подготовка отчетов по лабораторным работам, контрольным работам;
изучение учебных пособий.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТА

Типовым учебном плане специальности 1-28 01 02 Электронный маркетинг в качестве формы текущей аттестации по учебной дисциплине «Информационные технологии в маркетинге» рекомендуется экзамен.

Оценка учебных достижений студента производится по десятибалльной шкале.

Для промежуточного контроля по учебной дисциплине и диагностики компетенций студентов могут использоваться следующие формы:

письменные отчеты по лабораторным работам;
защита лабораторных работ;
тесты;
опросы.

РЕКОМЕНДУЕМЫЕ МЕТОДЫ (ТЕХНОЛОГИИ) ОБУЧЕНИЯ

Основные рекомендуемые методы (технологии) обучения, отвечающие целям и задачам учебной дисциплины:

классическое лекционное обучение с использованием мультимедийных презентаций;

учебная деятельность, творческий подход, реализуемые на лабораторных занятиях.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

1. Текстовый процессор Microsoft Word. Форматирование документов и работа со стилями. Создание и оформление таблиц. Создание формул.

2. Текстовый процессор Microsoft Word. Автоматическое оглавление. Рецензирование документов. Вставка и оформление иллюстраций (рисунков) и литературных источников.

3. Табличный процессор Microsoft Excel. Создание простых таблиц. Работа с формулами и функциями.

4. Табличный процессор Microsoft Excel. Оформление рабочих листов. Построение диаграмм, графиков, гистограмм. Импорт данных из MS Excel в MS Word. Работа с абсолютными и относительными ссылками.

5. Google Диск, как сервис хранения, редактирования и синхронизации файлов, разработанный компанией Google. Хранение файлов в интернете, общий доступ к ним и совместное редактирование.

6. Система динамических презентаций Microsoft Power Point.

7. Adobe Photoshop. Работа с инструментами. Монтаж.

8. Adobe Photoshop. Анимации.

9. Adobe Illustrator. Работа с панелями инструментами, графическими объектами. Создание инфографики.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЬЮТЕРНЫХ ПРОГРАММ

(необходимого оборудования, наглядных пособий и т. п.)

1. Офисный пакет Microsoft Office.

2. Графические редактор Adobe Photoshop.

3. Векторный графические редактор Adobe Illustrator.