

Аннотация рабочей программы дисциплины «Б1.О.10 ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ»

Объем трудоемкости: 4 зачетных единицы.

Цель дисциплины: формирование глубоких теоретических знаний по использованию методов информационного маркетинга; обучение способам и подходам практического применения инструментов маркетинга в деятельности архивных организаций на основе эффективного использования его потенциала с ориентацией на потребителя.

Задачи дисциплины:

Теоретическая компонента:

- изучить теорию информационного маркетинга;
- изучить прикладные методы маркетинговых исследований на макро- и микроуровне;
- изучить основные проблемы и особенностей организации и планирования информационного маркетинга в организациях архивной отрасли и службах документоведения и документооборота фирм и компаний информационного предпринимательства.

Познавательная компонента:

- уметь использовать источники экономической, социальной, управленческой информации;
- уметь анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о маркетинговых исследованиях;
- уметь осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных задач;
- уметь представлять результаты аналитической исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи;
- владеть навыками проведения кабинетных и полевых маркетинговых исследований;
- владеть современными методами сбора, обработки и анализа вторичной и первичной (оперативной) маркетинговой информации.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Информационный маркетинг» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на первом курсе на заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Дисциплина базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных по следующим дисциплинам: системный анализ и принятие решений в документоведении и архивоведении, управление организацией, цифровизация системы управления. В свою очередь она обеспечивает изучение следующих дисциплин: управление проектами в документоведении и архивоведении, управление государственными и муниципальными архивами, информационное обеспечение электронного правительства, информационное предпринимательство и рынок информационных услуг, консалтинг и аудит в цифровом документоведении и архивоведении, электронные закупки и торги, а также учебную и производственную практики и итоговую государственную аттестацию. Учебная программа дисциплины «Информационный маркетинг» предусматривает проведение занятий в форме лекций и практических занятий. Она подготовлена в соответствии требованиями, предъявленными с требованиями ФГОС ВО 3++.

Достижение этой цели сопровождается раскрытием перед студентами значения рынка информации при организации деятельности государственных и муниципальных архивов и архивной отрасли в целом. В ходе обучения студенты должны научиться профессионально использовать возможности цифровых и информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности на рынке информационных ресурсов.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>)
ОПК-3 Способен использовать знания в области гуманитарных, социальных и экономических наук при осуществлении экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ	
ИОПК-3.1. владеет знаниями в области гуманитарных, социальных и экономических наук	Знает теорию рыночной экономики и поведение потребителей в условиях спроса и предложения
	Умеет использовать методы проведения исследований рынка информации
	Имеет опыт использования методов исследования рынка информации
ИОПК-3.2. владеет методиками проведения экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ	Знает методики проведения экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ в области информационного маркетинга
	Умеет использовать методики проведения экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ
	Имеет опыт проведения экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ в области информационного маркетинга
ИОПК-3.3. способен осуществлять экспертные и аналитические, научно-исследовательские работы в области гуманитарных, социальных и экономических наук	Знает способы осуществления экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ в области экономических наук (информационного предпринимательства)
	Умеет выполнять экспертные и аналитические, научно-исследовательские работы в области экономических наук
	Имеет опыт осуществления экспертных и аналитических, научно-исследовательских работы в области гуманитарных, социальных и экономических наук
ИОПК-3.4. может осуществлять интерпретацию полученных данных в области гуманитарных, социальных и экономических наук при осуществлении экспертных и аналитических, научно-исследовательских работ	Знает методы обработки данных исследования рынка информации и интерпретации
	Умеет применять методы обработки данных о рынке информации и выявлять закономерности и проблемы.
	Имеет опыт применения методов обработки данных исследования рынка информации и интерпретации.
ИОПК-3.5. имеет навыки постановки проблем и разработки вариантов их решения	Знает методы выявления и постановки проблем в области экономики, информационного маркетинга и предпринимательства.
	Умеет осуществлять выбор эффективных методов постановки проблем и их решения.
	Имеет опыт постановки проблем и разработки вариантов их разрешения.
ОПК-4 Способен использовать специальные профессиональные знания в области информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности	
ИОПК-4.1. – способен анализировать и сравнивать информационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности	Знает основные информационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности.
	Умеет анализировать и выбирать информационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности, организовать использование информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности.
	Владеет методиками использования информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности.

ИОПК 4.2. – владеет методиками использования информационных технологии, применяемых в профессиональной деятельности	Знает содержание методики использования информационных технологии, применяемых в профессиональной деятельности.
	Умеет применять методику использования информационных технологии для решения маркетинговых задач в профессиональной деятельности.
	Имеет навык применения методики использования информационных технологий для решения маркетинговых задач в профессиональной деятельности.
ИОПК 4.3. – способен организовать использование информационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности	Знает алгоритм использования информационных технологий в маркетинговой деятельности.
	Умеет организовать использование информационных технологий для решения маркетинговых задач.
	Имеет навык использования информационных технологий для решения маркетинговых задач.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 1 курсе (заочная форма обучения)

Виды работ	Всего часов	Форма обучения
		заочная
		1 курс (144 часа)
Контактная работа, в том числе:	28,3	28,3
Аудиторные занятия (всего):	26	26
занятия лекционного типа	12	12
практические занятия		
семинарские занятия	14	14
Иная контактная работа:		
Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3	0,3
Самостоятельная работа, в том числе:	107	107
<i>Контрольная работа</i>	20	20
<i>Реферат/эссе (подготовка)</i>	20	20
<i>Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i>	47	47
Подготовка к текущему контролю	20	20
Контроль:	8,7	8,7
Подготовка к экзамену	-	-
Общая трудоемкость	144	144
час.	144	144
в том числе контактная работа	28,3	28,3
зач. ед	4	4

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор: И.о. заведующего кафедрой общего, стратегического, информационного менеджмента и бизнес-процессов, канд. экон. наук, доцент Ланская Д.В.