

**Аннотация по дисциплине
Б1.В.ДВ.22.01 ИНФОРМАЦИОННО-ДОКУМЕНТАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СЛУЖБЫ
МАРКЕТИНГА**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач. ед. (144 час.; из них – 58,3 часа контактной работы, в том числе: 54 час. аудиторной нагрузки: лекционных 18 час., практических 36 час.; КСР – 4 час., ИКР – 0,3 час.; 50 час. самостоятельной работы)

Цель дисциплины - дать студентам фундаментальные знания основ маркетинга и особенностей документирования маркетинговой деятельности публичного акционерного общества и общества с ограниченной ответственностью.

Задачи дисциплины:

- изучить основы маркетинговой деятельности;
- приобрести знания о правовом регулировании документационного обеспечения маркетинговой деятельности публичного акционерного общества и общества с ограниченной ответственностью.
- ознакомиться с практикой разработки и использования маркетинговой документации в современных условиях;
- провести анализ особенностей состава и оформления документов по маркетинговой деятельности коммерческих организаций;
- приобрести навыки разработки типовых комплексов документов, соответствующих особенностям маркетинговой деятельности;
- изучить вопросы, связанные с сохранностью документной информации в публичных акционерных обществах и обществах с ограниченной ответственностью.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Учебная дисциплина «Информационно-документационное обеспечение службы маркетинга» является дисциплиной по выбору вариативной части, направления подготовки 46.03.02 «Документоведение и архивоведение» программы «Организационное проектирование документационного обеспечения управления в организации».

Требования к освоению студентом дисциплины

В итоге изучения дисциплины «Информационно-документационное обеспечение службы маркетинга» студенты должны приобрести необходимые для фактического проявления заявленных компетенций представления, знания, умения и навыки. Результаты обучения студента (знания, умения, навыки), формируемые изучаемой дисциплиной.

№	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ПК-2	владением основами информационно-аналитической деятельности и способностью применять их в профессиональной сфере	Знать методы информационно-аналитической деятельности	Уметь применять в профессиональной сфере основы информационно-аналитической деятельности	Владеть основами информационно-аналитической деятельности и способностью применять их в профессиональной сфере

Содержание и структура дисциплины (модуля)

Распределение трудоемкости по всем видам аудиторной и самостоятельной работы студента по семестрам

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)	
		5	6
Аудиторные занятия (всего):	54	54	
Занятия лекционного типа	18	18	
Лабораторные занятия	-	-	
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	36	36	
	-	-	
Иная контактная работа:			
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4	
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3	0,3	
Самостоятельная работа, в том числе:	50	50	
Курсовая работа	-	-	
Проработка учебного (теоретического) материала	20	20	

Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	20	20	
Эссе	10	10	
Подготовка к текущему контролю	-	-	
Контроль:			
Подготовка к экзамену / зачету	35,7	35,7	
Общая трудоемкость	час.	144	144
	в том числе контактная работа, час.	58,3	58,3
	зач. ед.	4	4

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре очной формы обучения

№	Наименование разделов (тем)	Очная форма				
		Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
	ВВЕДЕНИЕ	2	2	-	-	2
I	ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА	30	8	-	-	22
1	Маркетинг: сущность, методы, принципы, эволюция концепций	6	2	-	-	4
2	Процесс маркетингового исследования: сущность и принципы	8	2	-	-	6
3	Товарная политика и товар в системе маркетинга. Исследование потребностей и товарных рынков	8	2	-	-	6
4	Организация и управление маркетинговой деятельности в ПАО и ООО	8	2	-	-	6
II	ИНФОРМАЦИОННО-ДОКУМЕНТАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБЫ МАРКЕТИНГА	20	6	-	-	14
5	Государственное регулирование документационного обеспечения управления в коммерческой организации.	6	2	-	-	4
6	Информационное и документационное обеспечение службы маркетинга	8	2	-	-	6
7	Информационное и документационное обеспечение деятельности руководителя маркетинговой службы	6	2	-	-	4
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ	2	2	-	-	2
	Эссе					10
	Контролируемая самостоятельная работа	4				
	Экзамен	35,7				
	Итого по дисциплине:		18		36	50

Курсовые проекты или работы: не предусмотрены.

Интерактивные образовательные технологии, используемые на аудиторных занятиях: лекция – дискуссия, проблемная лекция, семинар – дискуссия, семинар – мозговой штурм, ролевые игры, компьютерная презентация.

Вид аттестации: Экзамен.

Итоговый контроль по дисциплине осуществляется в ходе экзамена, который проводится в устной форме с учетом результатов текущего контроля в ходе семестра.

Основная литература:

№	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной литературы, к-во страниц, вид и характеристика иных информационных ресурсов	Количество экз. в библиотеке	Электронный ресурс
1	Синяева, И. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова.		https://biblio-online.ru/book/43F94F

	- 3-е изд., пер. и доп. - М. : Юрайт, 2018. - 495 с.		6D-751E-4C5A-83FB-2DC15CD1AAFE/marketing
2	Секерин, Владимир Дмитриевич. Инновационный маркетинг [Текст] : учебник / В. Д. Секерин. - Москва : ИНФРА-М, 2012. - 237 с.	23	

Автор: доцент кафедры общего, стратегического, информационного менеджмента и бизнес-процессов, канд. экон. наук, доцент Д.В. Ланская;
старший преподаватель кафедры общего, стратегического, информационного менеджмента и бизнес-процессов Д.А. Деткина