

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Б1.В.05.05 ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА»

Объем трудоемкости: 108 час = 3 зачетных единицы.

Цель дисциплины: изучение системы маркетинговой информационной системы, методологии ее проектирования, а также ознакомление студентов с современными информационными технологиями, применяемыми в своей профессиональной деятельности и формирование у них практических навыков в области информационного маркетинга для реализации профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

Теоретическая компонента:

- изучить основы информационного маркетинга;
- изучить источники информации для проведения маркетинговых исследований, доступ к ним, их достоинства и недостатки и научить применять информацию, полученную в результате маркетинговых исследований в различных управленческих ситуациях;
- иметь представление об информационных и коммуникационных технологиях и их применение на практике для принятия решений по управлению маркетингом и понимание того как управленческая информация собирается, сохраняется и передается внутри организации и между организациями.

Познавательная компонента:

- уметь использовать источники экономической, социальной, управленческой информации;
- уметь применять понимание устройств информационных систем управления для создания соответствующих информационных систем маркетинга и систем контроля;
- уметь осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных задач;
- уметь применять знания и понимание структуры информации для разработки и использования соответствующих систем для сбора данных, маркетинговых знаний, необходимых для принятия управленческих решений;
- 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 «Основы информационного маркетинга» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Модуль 5 "Экономико-управленческий и информационный" учебного плана. Изучается она в четвертом семестре второго курса на очной форме обучения, и базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных по следующим дисциплинам: экономика, основы теории управления, информационные системы и базы данных. В свою очередь она обеспечивает изучение следующих дисциплин: организация и технология ДОУ, информационно - документационное обеспечение деятельности некоммерческих организаций, регламентация бизнес - процессов в коммерческой организации, электронные архивы и архивный аутсорсинг. Учебная программа дисциплины «Основы информационного маркетинга» предусматривает проведение занятий в форме лекций и практических работ. 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* | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
|--|---|
| ПК-5 Способен осуществлять информационно-справочные работы с документами организации | |
| ПК-5.1 Демонстрирует владение информационными технологиями в работе с документами организации | Знает различные источники информации по теме исследования, оценивает их достоверность, демонстрирует владение информационными технологиями в работе с документами организации |
| | Умеет использовать информационными технологиями в работе с документами организации |
| | Владеет навыками применения информационных технологий в работе с документами организации |
| ПК-5.2 Применяет информационно-справочные системы в работе с документами организации | Знает информационно-справочные системы в работе с документами организации |
| | Умеет использовать информационно-справочные системы в работе с документами организации |
| | Владеет практикой применения информационно-справочные системы в работе с документами организации |
| ПК-5.3 Способен осуществлять контроль процесса и сроков исполнения документов в организации | Знает методы контроля процесса и сроков исполнения документов в организации |
| | Умеет осуществлять контроль процесса и сроков исполнения документов в организации |
| | Владеет навыками осуществления контроля процесса и сроков исполнения документов в организации |

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---|---|------------------|-------------------|----|-----------|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1. | Развитие управления маркетингом | 6 | 4 | | 2 | |
| 2. | Система маркетинговой информации | 10 | 4 | | 4 | 2 |
| 3. | Комплексное исследование рынка | 10 | 4 | | 4 | 2 |
| 4. | Комплекс мер маркетингового воздействия на рынок (маркетинг-микс) | 10 | 4 | | 4 | 2 |
| 5. | Характеристика информационного рынка | 6 | 2 | | 4 | |
| 6. | Особенности маркетинга информации | 10 | 4 | | 4 | 2 |
| 7. | Маркетинг с помощью информационных технологий | 8 | 4 | | 4 | |
| 8. | Маркетинговая служба в структуре управления организацией | 10 | 4 | | 4 | 2 |
| ИТОГО по разделам дисциплины | | 70 | 30 | | 30 | 10 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | 2 | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,3 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 35,7 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 108 | | | | |

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрены

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.