АННОТАЦИЯ

Дисциплины

Б1.В.14 «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ»

Направление подготовки /специальность – 38.02.02 «Менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Профиль – «Маркетинг в цифровой среде»

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины является формирование компетенций, необходимых для организации маркетинговых исследований в области СМИ, формирования маркетинговой стратегии и формирования бюджета мероприятий по продвижению.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

* приобретение знаний в области сбора и анализа информации;
* приобретение умений в области поиска, анализа, наглядного представления информации и применения соответствующих программных продуктов;
* приобретение навыков формирования и распределения бюджета мероприятий по продвижению, в том числе в сети «Интернет».

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых, оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

| **Компетенция** | **Индикатор компетенции** |
| --- | --- |
| ПК-1. Организация маркетинговых исследований в области СМИ | ПК-1.1.2. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации |
| ПК-1.2.1. Умеет использовать специализированные программные продукты |
| ПК-1.2.2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа |
| ПК-1.1.2. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации |
| ПК-2. Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ | ПК-2.2.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии |
| ПК-2.3.6. Владеет навыками формирования проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ |
| ПК-9. Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-9.2.2. Умеет использовать профессиональные системы, программы и сервисы для формирования бюджета |
| ПК-9.3.2. Владеет навыками формирования бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети ""Интернет" |
| ПК-9.3.3. Владеет навыками распределения бюджета на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" между различными каналами продвижения |

**4. Содержание и структура дисциплины**

1. Способы и компьютерные технологии сбора, анализа и представления маркетинговой информации
2. Бюджет мероприятий по продвижению

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Объем дисциплины – 4 зачетные единицы (144 час.), в том числе:

лекции – 16 час.

практические занятия – 48 час.

самостоятельная работа – 76 час.

Форма контроля знаний – зачет.