

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
Б1.В.ДВ.12.1 Информационные системы в маркетинге и рекламе  
направление подготовки 09.03.03 Прикладная информатика  
(профиль «Прикладная информатика в машиностроении»)**

Дисциплина Б1.В.ДВ.12.1 Информационные системы в маркетинге и рекламе изучается в 7 семестре. Предусмотрены лекционные и практические занятия. Отчетность по результатам освоения дисциплины – зачет.

**Цель освоения дисциплины** – сформировать у студентов знания и умения в области информационных систем, применяемых в областях маркетинга и рекламы.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы.**

Дисциплина «Информационные системы в маркетинге и рекламе» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 Дисциплины (модули) (Б1.В.ДВ.11.1).

Содержание дисциплины «Информационные системы в маркетинге и рекламе» опирается на содержание дисциплины «Информационные системы» (Б1.Б.24).

Содержание дисциплины «Информационные системы в маркетинге и рекламе» выступает опорой для прохождения практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (Б2.П.1); для выполнения выпускной квалификационной работы.

| <b>Планируемые результаты освоения образовательной программы</b> |  |   |   |
|--|--|---|---|
| <b>Код компетенции</b>   | <b>Наименование компетенции</b>  | <b>Структурные элементы компетенции</b>   | <b>Результаты обучения по дисциплине</b>  |
| <b>ПК-6</b>  | способность собирать детальную информацию для формализации требований пользователей заказчика              | <b>З1(ПК-6):</b> основные направления развития информационных систем;                           | <i>знать:</i><br>– основные направления развития информационных систем (ИС), применяемых в маркетинге и рекламе организациями, их функции;<br>– социальные, этические и правовые аспекты применения ИС в маркетинге и рекламе;                          |
|  |  | <b>З2(ПК-6):</b> способы использования ИС для решения профессиональных задач;                   |   |
| <b>ПК-7</b>  | способность проводить описание прикладных процессов и информационного обеспечения решения прикладных задач | <b>У2(ПК-6):</b> решать практические задачи профессиональной деятельности с помощью ИС;         | <i>уметь:</i><br>– настраивать и использовать в практическом применении программный продукт рекламного и маркетингового назначения;<br>– разрабатывать отдельные информационные продукты для решения функциональных задач в сфере маркетинге и рекламы; |
|  |  | <b>З1(ПК-7):</b> основные направления развития современных информационных систем;               |   |
| <b>ПК-7</b>  | способность проводить описание прикладных процессов и информационного обеспечения решения прикладных задач | <b>З3(ПК-7):</b> информационные технологии специального назначения (предметно-ориентированные); | <i>знать:</i><br>– современные подходы к использованию ИС в управлении;<br>– характеристики программного и технического обеспечения маркетинга и рекламы;<br>– информационные технологии специального назначения (предметно-ориентированные);           |
|  |  | <b>У1(ПК-7):</b> проводить описание прикладных процессов и информационного обеспечения.         |   |
|  |  |   | <i>уметь:</i><br>– оценивать затраты на сопровождение и развитие ИС;<br>– реализовывать отдельные элементы ИС в маркетинге и рекламе.   |

**Разделы дисциплины включают:**

1. Информационное обеспечение управления маркетинговой и рекламной деятельностью.
2. Виды информационных систем маркетинга.
3. Система ProjectExpert в управлении маркетингом.
4. Система БЭСТ-Маркетинг.
5. Информационная система Касатка.
6. Система MarketingExpert в управлении маркетингом.

**Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.**

**Составитель** – к.п.н., доцент кафедры программирования и автоматизации бизнес-процессов  
А.А. Баландин.