

**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 экономике»)**

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.12.1).

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.

Планируемые результаты освоения образовательной программы			
Код компетенции	Наименование компетенции	Структурные элементы компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-6	способность собирать детальную информацию для формализации требований пользователей заказчика	31(ПК-6): основные направления развития информационных систем;	<i>знать:</i> – основные направления развития информационных систем (ИС), применяемых в маркетинге и рекламе организациями, их функции; – социальные, этические и правовые аспекты применения ИС в маркетинге и рекламе;
		32(ПК-6): способы использования ИС для решения профессиональных задач;	
		У2(ПК-6): решать практические задачи профессиональной деятельности с помощью ИС;	<i>уметь:</i> – настраивать и использовать в практическом применении программный продукт рекламного и маркетингового назначения; – разрабатывать отдельные информационные продукты для решения функциональных задач в сфере маркетинге и рекламы;
ПК-7	способность проводить описание прикладных процессов и информационного обеспечения решения прикладных задач	31(ПК-7): основные направления развития современных информационных систем;	<i>знать:</i> – современные подходы к использованию ИС в управлении; – характеристики программного и технического обеспечения маркетинга и рекламы; – информационные технологии специального назначения (предметно-ориентированные);
		33(ПК-7): информационные технологии специального назначения (предметно-ориентированные);	
		У1(ПК-7): проводить описание прикладных процессов и информационного обеспечения.	<i>уметь:</i> – оценивать затраты на сопровождение и развитие ИС; – 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.