

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Маркетинговые коммуникации»
Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика
Образовательная программа «IT – инфраструктура организации»
Отделение социально-экономических наук (О)

Целью освоения дисциплины является обучение методам разработки эффективных мероприятий в области коммуникативной политики различных компаний.

В ходе ее достижения решаются следующие задачи:

- изучение теории принятия решения потребителем о покупке товара, как на рациональном, так и иррациональном уровнях;
- изучение особенностей различных форм маркетинговых коммуникаций;
- привитие навыков разработки эффективных мероприятий в области маркетинговых коммуникаций.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

дисциплина реализуется в рамках вариативной части, изучается на 3 курсе в 6 семестре.

Общая трудоемкость дисциплины:

2 зачетные единицы

Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

ПК-2 – проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий.

ПК-10 – умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:

знать:

- существующие методы исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий;
- экономические информационные сети; способы организации продаж в среде Интернет, методы позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке основы сетевой экономики, современные методы и инструменты формирования потребительской аудитории и взаимодействия с потребителями;

уметь:

- исследовать и анализировать рынок информационных систем и информационно-коммуникативных технологий;
- формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"; позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке, проводить анализ эффективности различных инструментов интернет-маркетинга и разрабатывать рекомендации по их совершенствованию; проводить исследование и анализ рынка ИС и ИКТ.

владеть:

- современными методами исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий;
- навыками работы с электронным предприятием, взаимодействия с потребителями, организации продаж в Интернете, формирования потребительской аудитории, информацией об особенностях реализации процессов электронной коммерции, навыками работы с инструментами сетевой экономики, продвижения и продажи ИТ-продуктов в сети Интернет, работы со специальными прикладными сервисами по оценке эффективности интернет-маркетинга и поисковыми системами.

Форма итогового контроля:

Зачётс оценкой.