****

**УДК**

**ББК**

Кучмезов Х.Х. Рабочая программа г. Москва Российский государственный социальный университет

Рабочая программа учебной дисциплины «Иинформационные системы маркетинга» подготовлена Кучмезовым Хамзатом Хакимовичем, к.э.н., доцентом кафедры прикладной математики факультета информационных технологий РГСУ.

**Рецензенты:**

1. Третьяков Николай Павлович, д.ф-м.н., доцент кафедры прикладной математики факультета информационных технологий РГСУ.
2. Ланеев Евгений Борисович, д.ф-м.н., профессор кафедры нелинейного анализа и оптимизации факультета физико-математических и естественных наук РУДН.

Рабочая программа учебной дисциплины «Информационные системы маркетинга» утверждена на заседании Совета факультета (ПРОТОКОЛ №1 от 02.09.2013)

Оглавление

[1. Цели освоения дисциплины 4](#_Toc385876645)

[2. Место дисциплины в структуре ООП 4](#_Toc385876646)

[3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины 4](#_Toc385876647)

[4. Объём дисциплины и виды учебной работы 5](#_Toc385876648)

[5. Содержание дисциплины 5](#_Toc385876649)

[6. Планы групповых занятий и образовательные технологии 6](#_Toc385876650)

[6.1. Планы групповых занятий 6](#_Toc385876651)

[7. Система оценки качества сформированных компетенций по итогам освоения дисциплины 10](#_Toc385876652)

[7.1 Формы текущего контроля знаний и освоенных компетенций 11](#_Toc385876653)

[7.2. Промежуточный контроль знаний студентов 12](#_Toc385876654)

[7.2.1. Примерный список вопросов к зачету 12](#_Toc385876655)

[8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 14](#_Toc385876656)

[8.1. Основная литература 14](#_Toc385876657)

[8.2. Дополнительная литература **Ошибка! Закладка не определена.**](#_Toc385876658)

[8.3. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы 15](#_Toc385876659)

[9. Материально-техническое обеспечение дисциплины 15](#_Toc385876660)

# 1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Информационные системы маркетинга» является подготовка бакалавров по направлению 080500.62 «Бизнес-информатика**»** к видам профессиональной деятельности, связанным с методологическими основами формирования маркетинговых информационных систем, об инструментальных методах обработки и анализа данных, выявлением статистических и логических взаимосвязей между явлениями и процессами.

**Задачи изучения дисциплины:**

- формирование представлений о тенденции развития информационных систем и мультимедийных технологий;

овладение навыками использования информационных систем, их созданием и оптимизацией;

- умение эффективно использовать информационной системы маркетинга.

# 2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Информационные системы маркетинга» является обязательной дисциплиной, относится к вариативной части профессионального цикла ООП (Б3.В.ОД.9).

Дисциплина предназначена для студентов имеющих базовые знания полученные при изучении предыдущих курсов по информатике, математическому анализу, теория вероятностей и математической статистике, маркетинга, рынков ИКТ и организация продаж, эффективность ИТ необходимые для освоения данной дисциплины и приобретенные в результате освоения предшествующих дисциплин.

# 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

проводить исследование и анализ рынка ИС и ИКТ (ПК-2);

позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке;

формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет (ПК-11);

использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг (ПК-28);

|  |  |
| --- | --- |
| ЗНАТЬ | - технологии в Internet и Intranet для ведения бизнеса. (ПК-11); - современный уровень автоматизации решения задач в маркетинговой деятельности (ПК-28);  |
| УМЕТЬ | - применять современные программные средства для обработки и анализ рынка информационных технологий и систем (ПК-2);- применять экономико-математическое и информационно-логическое моделирование и информационные компьютерные технологии в маркетинге (ПК-28);  |
| ВЛАДЕТЬ  | - методами сбора и обработки данных; современными компьютерными и информационными технологиями для проведения исследований и анализ рынков (ПК-2). |

# 4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетные единицы, 72 часа.

**Количество часов по учебному плану**

**(очная форма обучения)**

Всего 108 часа