

## Аннотация

Дисциплина «Информационный маркетинг» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/специальности 09.03.03 «Прикладная информатика» направленности «Прикладная информатика в информационной сфере». Дисциплина реализуется кафедрой «№82».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

УК-5 «Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах»

ПК-1 «Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования заказчика в рамках выполнения работ по проекту создания (модификации) и сопровождения информационной системы»

ПК-5 «Способность моделировать прикладные (бизнес) процессы заказчика в рамках проекта создания (модификации) ИС»

ПК-7 «Способность принимать участие во внедрении информационных систем»

ПК-12 «Способен осуществлять проектное управление по созданию (модификации) программного продукта и проводить начальное обучение и консультирование пользователей по вопросам эксплуатации информационных систем»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием у студентов знаний, умений и навыков практической работы в сфере маркетинговых исследований, управления информационными потоками, проведения маркетинговых мероприятий для обеспечения эффективной реализации товаров и услуг с использованием современных информационных технологий.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский»