

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
«Информационные системы в маркетинге»

Направление подготовки 08.04.01 Строительство

Профиль

Квалификация выпускника магистр

Нормативный период обучения 2 года / 2 года и 4 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2020

Цель изучения дисциплины:

Формирование представлений об информационных системах в маркетинге как совокупности персонала, оборудования и процедур, предназначенной для сбора, обработки, анализа и распределения своевременной и достоверной информации, необходимой для принятия маркетинговых решений.

Задачи изучения дисциплины:

- знакомство с ролью и местом информационных систем в маркетинге, принципами и инструментариями их построения;
- овладение конкретными методиками и комплексными мероприятиями, осуществляемыми в цифровом маркетинге.

Перечень формируемых компетенций:

ПК-3 - способен применять методы маркетинговых исследований и систематизировать маркетинговую информацию

ПК-4 - способен применять цифровые технологии, профессиональные компьютерные программные средства

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Форма итогового контроля по дисциплине: Зачет