

Аннотация к рабочей программе дисциплины  
**«Информационные системы маркетинга»**

Рабочая программа дисциплины «Информационные системы в маркетинге» для бакалавров по направлению «Менеджмент (профиль маркетинг)» разработана с учётом потребностей рынка труда, установленных квалификационных требований и отраслевых требований.

Целями освоения дисциплины "Информационные системы маркетинга" являются изучение современных информационных систем и средств для управления системами, приобретение навыков и умений использования современных средств в практической деятельности, при выявлении способов и инструментов эффективной организации маркетинговых исследований.

В результате освоения дисциплины студент должен:

- Знать основные теоретические и практические аспекты применения информационных систем и технологий, основные информационные ресурсы, методы их поиска и особенности их использования для решения задач маркетинга.
- Уметь использовать современные информационные системы, технологии и ресурсы в решении задач управления и принятия решений, уметь работать в глобальных компьютерных сетях и владеть методами поиска информации по специальности, уметь выбирать необходимые технические средства и информационные системы при решении конкретных задач и проблем.
- Получить навыки (приобрести опыт) практической деятельности с использованием современных информационных систем и ресурсов.