

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
А.С. Огрин



## АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Оценка эффективности маркетинговых кампаний»**

Направление подготовки **09.03.03 «Прикладная информатика»**

Профиль **«Прикладная информатика в экономике»**

Программа разработана на кафедре **управления и связей с общественностью**

<b>Место дисциплины в учебном плане</b>	Учебная дисциплина «Оценка эффективности маркетинговых кампаний» относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Дисциплины (модули).
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Сформировать у студентов специальные знания, навыки, умения, связанные с подготовкой и организацией проведения качественных маркетингового анализа, необходимого для создания своей эффективной маркетинговой кампании в будущем.
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины</b>	<p><b>ОК–3</b> – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;</p> <p><b>ОК–4</b> – способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;</p> <p><b>ОК–5</b> – способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p><b>ОПК–2</b> – способность анализировать социально-экономические задачи и процессы с применением методов системного анализа и математического моделирования;</p> <p><b>ОПК–4</b> – способность решать стандартные задачи в профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</p> <p><b>ПК–5</b> – способность выполнять технико-экономическое обоснование проектных решений;</p> <p><b>ПК–21</b> – способность проводить оценку экономических затрат и рисков при создании информационных систем;</p> <p><b>ПК–22</b> – способность анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем.</p>
<b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</b>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• различия рекламы в России и за рубежом;</li> <li>• тактику разработки рекламных кампаний;</li> <li>• основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;</li> <li>• основные направления использования маркетинга в России и за</li> </ul>

	<p>рубежом.</p> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• использовать навыки обработки и подготовки данных для анализа;</li> <li>• применять системный анализ;</li> <li>• ориентироваться в коммуникационных приёмах маркетинговой деятельности;</li> <li>• проводить анализ взаимодействия рекламы и общества;</li> <li>• применять навыки стратегического анализа к маркетинговым кампаниям;</li> <li>• анализировать возможные риски при создании информационных систем;</li> <li>• анализировать формирование спроса на основе экономических знаний;</li> <li>• модифицировать информационные системы;</li> <li>• производить анализ финансовых показателей маркетинга;</li> <li>• применять теоретическими и практическими навыками проектирования и реализации рекламных кампаний.</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• методиками оценки эффективности рекламной деятельности маркетинговой команды;</li> <li>• навыками сбора, обработки, анализа и интерпретации необходимых данных для эффективной маркетинговой деятельности;</li> <li>• методиками оценки эффективности рекламных кампаний;</li> <li>• методологией анализа и планирования рекламы на предприятии на основе разработки маркетинговых коммуникационных стратегий развития.</li> </ul>
<p><b>Краткая характеристика учебной дисциплины</b></p>	<p>Тема 1. Что такое аналитика и её функции  Тема 2. Виды аналитики и их назначение  Тема 3. Принципиальная схема проведения исследования  Тема 4. Работа с массивами данных  Тема 5. Инструменты создания каналов обратной связи</p>
<p><b>Форма итогового контроля знаний</b></p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет, который проводится в форме выполнения итоговой письменной работы.</p>