

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины «Введение в профессиональную деятельность» – формирование у обучающихся представления о характере, целях, задачах, направлениях профессиональной деятельности интернет-маркетолога, социальной роли интернет-маркетинга как направления профессиональной деятельности; формирование готовности обучающихся к профессиональной деятельности в сфере разработки и реализации стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Задачи изучения дисциплины:

– способствовать овладению студентами базовых теоретических и практических знаний о способах профессионального становления и саморазвития, формирование у обучающихся знаний о зарождении и развитии профессии интернет-маркетолога, направлениях профессиональной маркетинговой деятельности в прошлом и настоящем, о профессиональных ценностях, о технических, алгоритмических, программных и технологических решениях, используемых в области Интернет-маркетинга;

– формирование умений: планирования, организации и контроля профессиональной деятельности с учетом требований законодательства, запросов и ожиданий общества и государства, в том числе умения выбирать средства для развития профессиональных компетенций, используя ресурсы образовательной программы, институтского образовательного пространства, профессионального сообщества;

– формирование навыков: использования методов и приемов организации профессиональной деятельности интернет-маркетологов на основе юридических норм и запросов современных работодателей, в том числе основ маркетинговых исследований в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» как основного вида профессиональной деятельности интернет-маркетолога.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

| Код и наименование компетенции выпускника | Код и наименование индикаторов достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|---|---|--|
| ПК-2 Способен проводить маркетинговые исследования в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и в СМИ | ИПК 2.1. Имеет представление о методике проведения маркетинговых исследований. ИПК 2.2. Проводит исследования поведения конкурентов и спроса в информационно-телекоммуникационной сети | Знать: основы рекламной и маркетинговой деятельности. Уметь: осуществлять сбор и анализировать маркетинговую информацию. Владеть: навыком определения направленности маркетинговых исследований в информационно-телекоммуникационной сети |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>«Интернет» ИПК 2.3. Проводит исследования и организует сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции</p> | <p>«Интернет», их видов, эффективности применяемых в исследовании методов.</p> |
|--|--|--|

Содержание дисциплины (модуля)

| Наименование тем (разделов) |
|---|
| Тема 1. Интернет-маркетинг как вид профессиональной деятельности |
| Тема 2. Профессия «интернет-маркетолог»: понятие, сущность и содержание |
| Тема 3. Интернет-маркетинг как специальность |
| Тема 4. Личность интернет-маркетолога |
| Тема 5. Профессиональное поведение интернет-маркетолога |
| Тема 6. Маркетологическое образование |
| Тема 7. Наука маркетинга |

Форма контроля – зачет с оценкой.