

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ» (1 семестр)

Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Введение в профессиональную деятельность» (1 семестр) – 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, 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

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.