

**АННОТАЦИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
"Реклама на рынке ИКТ"**

**по направлению 38.03.05 (уровень бакалавриата) "Бизнес-информатика"  
профиль "Электронный бизнес"**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

Цели освоения дисциплины:

– получение студентами знаний о методах математического моделирования рекламных воздействий; подготовка студентов к научной и практической деятельности в области маркетинговых исследований; формирование навыков анализа и выбора нужной стратегии рекламной деятельности.

Предметом изучения дисциплины являются математические модели рекламных воздействий, методы анализа моделей рекламных стратегий.

Задачи дисциплины:

– изучение постановки проблем, возникающих при анализе рекламных вложений;  
– освоение основных методов качественного и численного анализа математических моделей рекламных воздействий;  
– обучение использованию современных программных продуктов для анализа и построения решений.

В результате изучения курса студенты должны сформировать навыки качественного анализа моделей рекламных воздействий, изучить особенности подхода к эконометрическим оценкам рекламных вложений, уметь получать оптимальное решение в задачах оптимизации, их исследование, использование современных программных продуктов для построения решений.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина «Реклама на рынке ИКТ» принадлежит вариативной части ФГОС ВО по направлению «Бизнес-информатика». Дисциплина изучается студентами третьего курса бакалавриата.

Изучение курса «Реклама на рынке ИКТ» базируется на компетенциях, сформированных у обучающихся в процессе изучения дисциплин: математический анализ, оптимальное управление в экономических системах, исследование операций, эконометрика ПК-4, ПК-17, ПК-18.

Знания, навыки и умения, приобретенные в результате прохождения курса, будут востребованы при выполнении курсовых и выпускных квалификационных работ, связанных с моделированием, изучением и выбором рекламных стратегий.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (ПК-10);

способность использовать основные методы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности для теоретического и экспериментального исследования (ПК-17);

способность использовать соответствующий математический аппарат и инструментальные средства для обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования (ПК-18);

способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка (ПК-25);

способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг (ПК-27).

В результате освоения дисциплины студенты должны:

**Иметь представление:**

- о факторах, определяющих механизмы рекламы;
- о связи между классами моделей рекламы и соответствующей прикладной областью экономики;

**Знать:**

- постановки проблем, определяющих отдачу от рекламных воздействий;
- прикладные пакеты моделирования проблем, возникающих при использовании рекламы;

**Уметь:**

- определять тип модели, соответствующий прикладной проблеме;
- анализировать поставленные задачи (определения рекламных стратегий, определение величины отдачи) на основе теоретических и вычислительных методов;
- модифицировать базовые модели под потребности прикладной проблемы;

**Приобрести навыки:**

- аналитического и численного анализа математических моделей проблем, связанных с рекламными воздействиями;
- создания методов Интернет-рекламы;

**Владеть, иметь опыт:**

- решения эконометрического анализа рекламных воздействий;
- применения современных программных пакетов моделирования.

#### **4. Общая трудоемкость дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единицы (216 часа).

#### **5. Образовательные технологии**

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проблемная лекция;
- лекция – дискуссия;
- лекция с разбором конкретных ситуаций.
- использование специализированных и прикладных программ;
- решение конкретных профессиональных ситуаций, используя современные информационные технологии;
- компьютерное моделирование ситуаций;
- групповая дискуссия;
- мозговой штурм.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- выполнение самостоятельных практических работ и собственных проектов;
- работа со специализированной литературой и электронными ресурсами.

## **6. Контроль успеваемости**

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля:

- общетеоретические вопросы и задания с открытой формой ответа;
- лабораторные работы;
- творческая работа.

По данной дисциплине предусмотрена форма отчетности: экзамен.

Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамен.