

## 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  |
|---|---|--|
| <b>ПК-2</b><br>Способен проводить маркетинговые исследования в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и в СМИ | ИПК 2.1.<br>Имеет представление о методике проведения маркетинговых исследований.<br>ИПК 2.2.<br>Проводит исследования поведения конкурентов и спроса в информационно-телекоммуникационной сети | <b>Знать:</b> основы рекламной и маркетинговой деятельности.<br><b>Уметь:</b> осуществлять сбор и анализировать маркетинговую информацию.<br><b>Владеть:</b> навыком определения направленности маркетинговых исследований в информационно-телекоммуникационной сети |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <p>«Интернет»<br/>ИПК 2.3.<br/>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

| <b>Наименование тем (разделов)</b>                                      |
|---|
| 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.