

Аннотация к рабочей программе

дисциплины Б1.О.11.03 Информационные системы управления

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины: формирование основополагающих представлений о принципах работы современных информационных технологий и получение навыков их применения для управления и принятия решений в области профессиональной деятельности

Объем дисциплины: 72 часа, 2 зачетных единицы

Семестр: 4

Краткое содержание основных разделов дисциплины:

№ п/п раздела	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Раздел 1. Информационные системы управления: основные понятия, классификация и принципы построения Тема 1.1. Информационные системы управления, их классификация и принципы построения. Информационные технологии как инструмент формирования управленческих решений. Постановка управленческих задач: основные этапы и их содержание. Тема 1.2. Основные виды информационных систем управления. Информационные технологии в системах управления. Архитектура ИТ управления организацией. Функции и задачи информационных технологий управления.
2	Раздел 2. Информационные технологии использования баз данных для создания информационных систем управления Тема 2.1. Общие понятия о базах данных. База данных. Структурные элементы базы данных. Тема 2.2. Основные модели баз данных: иерархическая, сетевая, реляционная. Способы создания записей и запросов в базах данных в информационных системах управления. Системы управления базами данных.
3	Раздел 3 Информационные системы управления в рекламе и маркетинге Тема 3.1. Роль информационных систем управления в процессе маркетинговых исследований. Анализ данных и принятие решений на основе информационных систем управления. Информационные системы управления в интернет-маркетинге. Информационные системы управления в разрезе этапов проведения рекламных и маркетинговых кампаний. Соблюдение основных требований по информационной безопасности в работе с информационными технологиями. Тема 3.2. CRM системы: понятие и преимущества системы. Функциональные возможности и области применения для решения задач в профессиональной деятельности. Основные виды CRM систем. CRM-маркетинг в системе управления.

Форма промежуточной аттестации: зачет