

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Системы автоматизации управления маркетингом

Цель дисциплины:

Формирование у студентов навыков работы с информационными системами на предприятиях, обеспечивающих решение маркетинговых задач. Получение ими базовых знаний в области сбора, обработки и представления маркетинговой информации.

Место дисциплины в структуре ОП:

Дисциплина «Системы автоматизации управления маркетингом» относится к модулю дисциплин по выбору, углубляющих освоение профиля по направлению 38.03.05 – «Бизнес-информатика», профиль «ИТ-менеджмент в бизнесе».

Краткое содержание дисциплины:

Информационное обеспечение управления маркетингом. Бизнеспроцессы, требующие маркетинговой информационной поддержки. Понятие и структура маркетинговой информационной системы (МИС). Этапы внедрения МИС. Принципы и задачи концепции управления подразделениями. Сбалансированная система показателей. Концепция CRM. Функции CRM-систем: управление маркетингом, продажами, клиентской базой, сервисом. Определение объектно-ориентированного проектирования информационных систем. Статистический инструментарий, применяемый в системе анализа МИС. Организация МИС для различных уровней управления. Применение информационных систем управления ресурсами предприятия (ERP), систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), инструментов бизнес-аналитики (BI) для поддержки маркетинговой деятельности предприятия.