

Маркетинговые исследования

Данная учебная дисциплина называется «Маркетинговые исследования», включена в Реестр автономных дидактических компонентов Академии ВЭГУ и реализуется в рамках ООП Академии ВЭГУ: 09.03.03 Прикладная информатика (профиль: прикладная информатика в экономике) по заочной форме обучения, в т.ч. с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

В результате освоения данной дисциплины обучающийся должны овладеть знаниями, умениями и навыками в рамках формирования следующих компетенций:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

- способностью проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе (ПК-1).

Обучающийся, освоивший данную дисциплину, должен знать:

- законы функционирования рыночной экономики, показатели макроэкономического уровня развития страны;

- базовые экономические понятия;

- методы маркетинговых исследований и коммуникаций;

- роль и значение информационных систем в экономике;

- основные понятия, используемые в теории сложных экономических информационных систем;

- виды информационных потребностей пользователей;

- требования к информационной системе экономического объекта.

Обучающийся, освоивший данную дисциплину, должен уметь:

- оценивать роль новых знаний, навыков и компетенций в профессиональной деятельности;

- оценивать необходимость и возможность социальной, профессиональной адаптации, мобильности в современном обществе;

- использовать современные образовательные и информационные технологии;

- проводить обследование предметной области (организаций, предприятий);

- выявлять информационные потребности пользователей;

- формировать требования к информационной системе.

Обучающийся, освоивший данную дисциплину, должен владеть:

- современными методами сбора, обработки и анализа экономических данных;

- методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических экономических моделей;

- методами и средствами обследования предметной области;
- методами и средствами выявления информационных потребностей пользователей;
- методами и средствами формирования требований к информационной системе.