**АННОТАЦИЯ**

**Учебной дисциплины «Маркетинговые исследования в сети Интернет»**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль подготовки:** «Работа с социальными медиа»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная

**Год/годы и семестр/семестры обучения:** 1-й семестр 4-го года обучения

**Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина «Маркетинговые исследования в сети Интернет» входит в вариативную часть ООП бакалавриата. Курс «Маркетинговые исследования в сети Интернет» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Компьютерные статистические системы», «Компьютерные диагностические системы».

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетных единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современного ПО и облачных сервисов (Microsoft Office 2013, Google Drive).

Основной **целью** дисциплины «Маркетинговые исследования в сети Интернет» является знакомство студентов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» с основными понятиями и инструментами маркетинговых on-line исследований, формирование практических навыков студентов по самостоятельному проведению количественных и качественных исследований в сети Интернет, применяемых в маркетинговой деятельности компаний.

Задачи дисциплины «Маркетинговые исследования в сети Интернет» заключаются:

- в формировании у студентов теоретических знаний и практических навыков по методам изучения и анализа рыночных явлений и процессов;

- в усвоении студентами всех этапов процесса маркетинговых исследований;

- в формировании у студентов навыков создания и поддержания on-line панелей;

- в формировании у студентов навыков анализа качества данных, собираемых онлайн, а также повышения достоверности таких данных;

- в освоении студентами основ маркетингового подхода в современной рекламе и формирование представлений о возможности использования полученных знаний в будущей профессиональной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформирована специальная **профессиональная компетенция**:

* СПК-5 - готовность использовать инструменты и средства Интернет для проведения маркетинговых исследований, владеть методами поиска информации в Интернете; способностью проведения опросов и сбора маркетинговой информации о пользователях глобальной сети.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

***Форма итогового контроля:***зачет.