

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
«Маркетинг»

по направлению подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика»
профиль подготовки
«Прикладная информатика в экономике»
Квалификация (степень) выпускника
бакалавр

1. Цель дисциплины

Овладение основами теоретических и практических знаний в области исследования маркетинговой среды, выявления проблем маркетинговой деятельности и нахождения путей их решения, необходимых бакалавру по профилю «Прикладная информатика в экономике» для применения современных приемов организации маркетинговой деятельности в организации.

2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для решения прикладных задач и создания информационных систем (ПК-19).

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен

знать: методологию маркетинговых исследований, инструменты стратегического и оперативного маркетинга, методы формирования каналов товародвижения;

уметь: использовать приемы и методы маркетинговых исследований, ставить и решать задачи стратегического и оперативного маркетинга;

владеть: навыками использования инструментов стратегического и оперативного маркетинга.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетных единицы.

5. Вид промежуточной аттестации: зачет.

6. Основные разделы дисциплины:

- 1 – Понятие и сущность маркетинга
- 2 – Внешняя среда маркетинга
- 3 – Маркетинговые исследования
- 4 – Товар как главный элемент комплекса маркетинга
- 5 – Ценообразование и распределение товаров в маркетинге
- 6 – Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров в маркетинге
- 7 – Управление маркетингом

7. Разработчик: А.М. Патрусова, доцент каф. МиИТ, канд. техн.наук _____

Заведующий кафедрой МиИТ _____ Е.И. Луковникова

Председатель методической комиссии факультета ЭиУ _____ Е.В. Трапезникова