

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Маркетинг

1. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является: 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 на предприятии.

Задачами изучения дисциплины являются: изучение методов и инструментов маркетинга, особенностей организации маркетинговой деятельности на всех стадиях жизненного цикла организации.

2. Структура дисциплины

2.1 Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетных единицы

2.2 Основные разделы дисциплины:

- 1 – Теоретические основы маркетинга
- 2 – Маркетинг и окружающая среда
- 3 – Маркетинговая информация и маркетинговые исследования
- 4 – Рынок конечных потребителей и покупательское поведение
- 5 – Исследования товарных рынков
- 6 – Товар и товарная политика

3. Планируемые результаты обучения (перечень компетенций)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ПК-21 способность проводить оценку экономических затрат и рисков при создании информационных систем
- ПК-22 способность анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для создания и модификации информационных систем

4. Вид промежуточной аттестации: зачет