

АННОТАЦИЯ
учебной дисциплины «Маркетинг»
Направление подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика
Профиль "IT-инфраструктура бизнеса"

Отделения социально-экономических наук (О)

Цель дисциплины формирование у студентов системы знаний о маркетинге как науке и универсальном способе управления рыночной деятельностью, а также формирование умений, навыков и компетенций в проведении маркетинговых исследований рынка товаров и услуг, в освоении приемов и методов воздействия на рынок, принятия эффективных маркетинговых экономико-управленческих решений для достижения поставленных целей предприятия.

Задачи курса:

- объяснить необходимость развития и укрепления роли маркетинга в экономическом развитии страны;
- дать, в достаточном объеме, информацию об определении и основные понятия маркетинга, целях и принципах, функциях, видах, концепцию маркетинга, и факторах маркетинговой среды и их характеристики;
- развить аналитические навыки в вопросах и методах, алгоритмах и инструментах маркетинговых исследований, вариантов организации маркетинговой деятельности предприятий;
- развить уровень теоретического понимания этапов проведения маркетинговых исследований, сегментации и прогнозирования товарных рынков с использованием экономико-математических и экспертных методов;
- познакомить с исследовательскими данными, касающимися практики маркетинговой деятельности, с точки зрения разработки и обоснования бизнес-плана
- дать навыки при принятии маркетинговых управленческих решений в области реализации инновационных высокотехнологичных проектов.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ООП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенций	Результаты освоения ООП Содержание компетенций*	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**
ПК-2	проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий	знать: теоретические аспекты исследования и анализа рынка информационных систем уметь: проводить исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий владеть: навыками проведения исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий

ПК-10	<p>умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>	<p>Знать: теоретические вопросы позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке Уметь: позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, Владеть: навыками позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>
-------	---	---

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина реализуется в рамках вариативной части Блока 1. ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ дисциплины по выбору.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Методы оптимальных решений», «Эффективность информационных систем», «Управление проектами», «Управление данными».

Дисциплины, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: «Управление данными», «Технологическое предпринимательство», «Основы проектной деятельности», «Автоматизация бухгалтерского учета».

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5,6 семестре.

3. Общая трудоемкость дисциплины:

2 зачётных единицы 72 академических часа

4. Формы итогового контроля:

Зачёт с оценкой.