

**Аннотация
рабочей программы дисциплины
«Маркетинг»
направление подготовки 09.03.03.Прикладная информатика
профиль «Прикладная информатика в экономике»**

| | |
|--|---|
| Цель изучения дисциплины | Целью изучения дисциплины является; приобретение студентами теоретических знаний по маркетингу, а также формирование практических навыков использования различных инструментов маркетинга в деятельности организации. |
| Место дисциплины в учебном плане | Б1.В.ДВ.02.02 |
| Общая трудоемкость дисциплины з.е/ часов | 2/72 |
| Реализация дисциплины | 2 курс |
| Формируемые компетенции | ПК-1; |
| Знания, умения и навыки, получаемые в результате освоения дисциплины | Знать: методологию проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе. Уметь: проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе. Владеть: навыками проведения обследования организаций, выявления информационных потребностей пользователей, формирования требования к информационной системе |
| Содержание дисциплины | Понятие и сущность маркетинга, его цели, задачи и принципы. Система маркетинговых исследований. Оперативный маркетинг. Основы товарной политики. Задачи и политика ценообразования. Товародвижение и торговля. Поведение потребителей. Маркетинговые исследования рынка. Рынок и его роль в маркетинге. Конкуренция и конкуренты. Конкуренция и конкуренты |
| Виды учебной работы | Лекции, практические, самостоятельная работа. |
| Форма промежуточной аттестации | зачет |