

**Аннотация
рабочей программы дисциплины
«Маркетинг»**

направление подготовки **09.03.03 Прикладная информатика**

профиль **«Прикладная информатика в государственном и муниципальном управлении»**

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.07.01
Общая трудоемкость дисциплины з.е/ часов	3/108
Реализация дисциплины	4 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