Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы маркетинга»
(Дисциплина по выбору №5)

Направление подготовки: *09.03.01 – Информатика и вычислительная техника*

Квалификация (степень) выпускника: *бакалавр*

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в пятом семестре, составляет 3 зачётные единицы (72 час.). По дисциплине предусмотрен зачёт.

Цели и задачи освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины является формирование у студентов маркетингового мировоззрения, получение ими базовых знаний в области маркетинговой политики компаний, что позволит им ориентироваться в используемых современными фирмами методах рыночной деятельности и применять их в своей практической работе.

Задачи освоения студентами дисциплины:

- знать основные категории, разделы и концепции маркетинга; принципы осуществления маркетинговой деятельности; механизм принятия маркетинговых решений; методы и подходы, используемые в процессе анализа рыночной ситуации; принципы разработки товарной и ценовой политики;

- уметь применять принципы и методы маркетинга для анализа экономических явлений и процессов; планировать и осуществлять свою деятельность с учётом результатов экономического анализа; объяснять и самостоятельно оценивать последствия принимаемых маркетинговых решений.

Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов следующей ***общекультурной*** компетенции ***(ОК)*** в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3).

Основные разделы дисциплины

1. Сущность и концепции маркетинга
2. Маркетинговая среда
3. Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований
4. Разработка целевого рынка
5. Разработка товаров
6. Товарные марки
7. Разработка упаковки
8. Стратегия ценообразования
9. Система маркетинговых коммуникаций

Разработчик программы:
кандидат экономических наук, доцент Е.А. Хатунцева

Заведующий кафедрой
политической экономии и политологии Е.М. Гришанова