

Индекс	Наименование и краткое содержание дисциплины (модулей) и практик	Объем, з.е.
Б1.В.22	<p>Основы маркетинга УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3</p> <p>Целями дисциплины являются овладение знаниями методик поиска, сбора и обработки информации; актуальных российских и зарубежных источников информации в сфере профессиональной деятельности; метода системного анализа; умениями применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач; навыками применения методов поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; методикой системного подхода для решения поставленных задач; знаниями основных приемов и норм социального взаимодействия; основных понятий и методов конфликтологии, технологий межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии; умениями устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды; навыками применения простейших методов и приемов социального взаимодействия и работы в команде.</p> <p>Рассматриваются основные понятия и категории маркетинга, особенности маркетинга инфокоммуникационных продуктов и услуг и организации маркетинговой деятельности, в том числе в инфокоммуникационных компаниях.</p> <p>Дисциплина посвящена изучению понятийного аппарата, принципов и методов маркетинга, направлений маркетинговой деятельности, сегментирования рынка, стратегии продвижения инфокоммуникационных продуктов и услуг, анализа рынка и решения отдельных маркетинговых задач инфокоммуникационных компаний, методов разработки программ и проведения маркетинговых исследований отраслевого рынка с применением основных технологий маркетинговых коммуникаций для продвижения инфокоммуникационных продуктов и услуг различным целевым сегментам.</p>	2