

## **АННОТАЦИЯ**

к рабочей программе дисциплины  
«Маркетинг»

**Направление подготовки** 38.03.05 БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА

**Профиль** Информационные системы в бизнесе

**Квалификация выпускника** Бакалавр

**Нормативный период обучения** 4 года / 4 года и 11 м.

**Форма обучения** очная / заочная

**Год начала подготовки** 2019

### **Цель изучения дисциплины:**

изучение студентами сущности и содержания маркетинговой деятельности фирмы как эффективной концепции управления, приобретение теоретических знаний по важнейшим проблемам маркетинга и практических навыков по применению маркетингового подхода к решению важных задач в успешной организации деятельности.

### **Задачи изучения дисциплины:**

- формирование профессиональных знаний для осуществления маркетинговой деятельности;
- рассмотрение процесса управления маркетингом в целом и поэтапно, умение применять на практике принципы и методы организации управления маркетингом на современном предприятии;
- развитие практических навыков по решению конкретных задач прикладного характера: исследование рынка, его сегментирование, выбор целевых рынков; определение конкурентоспособности товара и фирмы; выбор метода ценообразования; выбор каналов товародвижения и формирование комплекса продвижения товара; разработка стратегии и тактики развития предприятия, составление плана маркетинга;
- осуществление анализа особенностей использования маркетинга в информационных системах в бизнесе.

### **Перечень формируемых компетенций:**

ПК-25 - способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка

ПК-27 - способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг

ОПК-2 - способностью находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность; готов к ответственному и целеустремленному решению поставленных профессиональных задач во взаимодействии с обществом, коллективом, партнерами

**Общая трудоемкость дисциплины:** 3 з.е.

**Форма итогового контроля по дисциплине:** Зачет