

## **«МАРКЕТИНГ»**

### **Б1.В.ОД.11**

Дисциплина «Маркетинг» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика», квалификации «бакалавр», входит в вариативную часть обязательных дисциплин блока 1.

#### **1. Цели и задачи дисциплины**

Целью учебной дисциплины «Маркетинг» является освоение теоретических знаний в области применения маркетинговых технологий в процессе информационной деятельности фирмы, приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций.

Задачами курса являются:

- освоение основ маркетинговых технологий;
- изучение базовых категорий и понятий маркетинговых технологий в процессе информационной деятельности фирмы;
- изучение методов организации и развития маркетинговых технологий в процессе информационной деятельности фирмы;
- изучение особенностей организации маркетинговых технологий в процессе информационной деятельности фирмы;
- овладение маркетинговой методологией в процессе информационной деятельности фирмы.

Результатом изучения дисциплины «Маркетинг» является развитие навыков использования маркетинговых технологий в процессе информационной деятельности фирмы.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата**

Дисциплина «Маркетинг» относится к ОП бакалавриата по направлению 09.03.03 «Прикладная информатика».

Дисциплина «Маркетинг» базируется на дисциплине: «Экономическая теория».

Дисциплина «Изучение и прогнозирование спроса» изучается одновременно с дисциплиной «Маркетинг».

Освоение дисциплины «Маркетинг» необходимо для изучения следующих дисциплин: «Экономическая статистика», «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Финансы, денежное обращение и кредит», «Электронная коммерция и интернет-маркетинг», «Проектирование информационных систем», «Экономический анализ», «Управление проектами», «Управление качеством», «Проектный практикум», «Маркетинговый анализ».

В результате изучения курса обучающийся должен знать:

подходы к использованию экономических знаний в различных сферах деятельности в части реализации: понятия, сущности и роли маркетинга в экономическом развитии страны и в деятельности организаций; методов анализа маркетинговой среды; комплекса 4P;

подходы к оценке экономических затрат и рисков при создании информационных систем в части реализации: концепций маркетинга; планирования, бюджетирования и контроля маркетинга; процессов организации маркетинга.

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Маркетинг» в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по направлению 09.03.03 «Прикладная информатика».

Процесс изучения дисциплины «Маркетинг» направлен на формирование компетенций:

ОК-3 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

ПК-1 - способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

#### **Знать:**

подходы к использованию экономических знаний в различных сферах деятельности в части реализации: понятия, сущности и роли маркетинга в экономическом развитии страны и в деятельности организаций; методов анализа маркетинговой среды; комплекса 4P;

подходы к оценке экономических затрат и рисков при создании информационных систем в части реализации: концепций маркетинга; планирования, бюджетирования и контроля маркетинга; процессов организации маркетинга.

#### **Уметь:**

обосновывать выбор подходов к использованию экономических знаний в различных сферах деятельности в части реализации: понятия, сущности и роли маркетинга в экономическом развитии страны и в деятельности организаций; методов анализа маркетинговой среды; комплекса 4P;

обосновывать выбор подходов к оценке экономических затрат и рисков при создании информационных систем в части реализации: концепций маркетинга; планирования, бюджетирования и контроля маркетинга;

процессов организации маркетинга.

**Владеть:**

навыками организации подходов к использованию экономических знаний в различных сферах деятельности в части реализации: понятия, сущности и роли маркетинга в экономическом развитии страны и в деятельности организаций; методов анализа маркетинговой среды; комплекса 4P;

навыком самостоятельной оценки экономических затрат и рисков при создании информационных систем в части реализации: концепций маркетинга; планирования, бюджетирования и контроля маркетинга; процессов организации маркетинга.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.