

**Аннотация к рабочей программе дисциплины «Маркетинг» -
02.03.03 Математическое обеспечение и администрирование
информационных систем**

Цель преподавания дисциплины

Формирование у обучающихся маркетингового мировоззрения, получение ими базовых знаний в области маркетинговой политики компаний. Студенты знакомятся с основными элементами рынка, методологией маркетинговых исследований, ценообразованием на рынке программно-информационных средств, порядком разработки бизнес-плана предприятия.

Задачи изучения дисциплины

—освоение студентами организационных знаний и действий, направленных на совершенствование процессов маркетинговой деятельности производителей и сбытовой системы для удовлетворения покупательского спроса и получения прибыли;

—получение теоретических представлений об общей структуре курса и взаимосвязях его отдельных разделов;

—изучение особенностей исследования рынков различного типа, выявление потребностей физических и/или юридических лиц, разработки и реализации мероприятий по их удовлетворению;

—получение практических навыков работы на рынке в соответствии с рекомендациями учебного курса;

—изучение имеющихся методик и подходов к разработке и обоснованию стратегии маркетинга;

—ознакомление с проблемами, имеющимися в области маркетинговых исследований;

—рассмотрение проблем «встраивания» службы маркетинга в организационную структуру предприятия.

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины

ОК-4 – способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;

Разделы дисциплины

1. Понятие и сущность маркетинга.
2. Маркетинговые исследования и сегментация рынка
3. Сбытовая политика предприятия
4. Система маркетинговых коммуникаций.
5. Маркетинговый контроль.