



АННОТАЦИЯ

Учебной дисциплины **«Основы маркетинга»**

Направление подготовки **09.03.03 «Прикладная информатика»**

Профиль **«Прикладная информатика в экономике»**

Программа разработана на кафедре **управления и связей с общественностью**

Место дисциплины в учебном плане	Учебная дисциплина «Основы маркетинга» относится к базовой части блока Дисциплины (модули).
Цель изучения дисциплины	Освоение современных знаний по теории рынка, его конъюнктуры, маркетинговых исследований и приобретение необходимых практических навыков в области прикладного маркетинга.
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	<p>ОК–3 – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;</p> <p>ОК–4 – способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;</p> <p>ОК–5 – способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>ОПК–2 – способность анализировать социально-экономические задачи и процессы с применением методов системного анализа и математического моделирования;</p> <p>ОПК–4 – способность решать стандартные задачи в профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</p> <p>ПК–19 – способность принимать участие в реализации профессиональных коммуникаций в рамках проектных групп, обучать пользователей информационных систем.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> • виды маркетинговой информации; • изменения, происходящие на маркетинговом рынке; • основные направления проведения маркетинговых исследований и методы сбора информации; • современные информационно-коммуникационные технологии, применяющиеся в маркетинговой деятельности. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • устанавливать контакты с целевыми аудиториями; • использовать способы поддержки деловых отношений;

	<ul style="list-style-type: none"> • способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; • выявлять факторы динамики товаров на рынке; • применять адекватную оценку поставленных целей и результатов деятельности; • пользоваться методами разработки и реализации маркетинговых планов и программ; • использоваться информационно-коммуникационные технологии для маркетинговой деятельности; • пользоваться теоретическими и практическими подходы к проведению маркетинговых исследований; • создавать проектные группы для реализации профессиональных коммуникаций. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • знаниями об основных требованиях информационной безопасности; • навыками анализа конкуренции; • навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов); • навыками практического применения полученных знаний для принятия маркетинговых решений.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины</p>	<p>Основы маркетинга Тема 1. Введение в маркетинг Тема 2. Маркетинговая информация Тема 3. Анализ и сегментирование рынков Тема 4. Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов</p> <p>Маркетинг. Организация маркетинговых кампаний Тема 1. Организация маркетинговых кампаний Тема 2. Что такое маркетинг, назначение и прикладное использование в различных компаниях Тема 3. Разбор маркетинговых кампаний разного уровня (городской, федеральной, мировой). Тема 4. Основные инструменты маркетинга Тема 5. Аналитика в маркетинге</p> <p>Конструирование аналитических текстов Тема 1. Что такое и для чего нужны аналитические тексты Тема 2. Формы написания и требования аналитических текстов</p> <p>Маркетинг. Современные технологии маркетинга Тема 1. Современные технологии маркетинга Тема 2. Трансмедиа и сторителлинг Тема 3. Главные нарративы маркетинговых кампаний Тема 4. Прикладная психология в современном маркетинге (стимуляторы, адикции, эмоциональное вовлечение)</p>
<p>Форма итогового контроля знаний</p>	<p>Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрены зачеты и зачет с оценкой, которые проводятся в форме устного опроса.</p>