

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Беспалов Владимир Александрович

Должность: Ректор МИЭТ

Дата подписания: 01.09.2023 12:24:21

Уникальный идентификатор документа: ef5a4fe6ed0ffdf3f1a49d6ad1b49464dc1bf7354f736d76c8f8bea882b8d602

Аннотация рабочей программы дисциплины

«Основы маркетинга»

Направление подготовки - 09.04.03 «Прикладная информатика»

Направленность (профиль) - «Системы корпоративного управления»

Уровень образования - бакалавриат

Форма обучения – очная, заочная

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является формирование способности применять базовые знания в области маркетинга при создании и выведении на рынок информационных систем (ПК-5.ОМ).

Задачи дисциплины:

- сформировать знания: основных подходов к анализу маркетинговой среды и выведению ИТ-продуктов и услуг на рынок;
- сформировать умения: применять методы анализа среды для формирования конкурентоспособного предложения на рынке ИТ-продуктов и услуг;
- создать условия для приобретения опыта деятельности: в разработке элементов комплекса маркетинга для информационной системы в соответствии с требованиями к информатизации и автоматизации прикладных процессов определенной сферы бизнеса.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина входит в часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы, формируемую участниками образовательных отношений. Входные требования к дисциплине: знание основных понятий и законов экономики, принципов, методов и средств управления организацией, умение анализировать экономические явления и рассчитывать основные экономические показатели, компетенции в области планирования деятельности организации. Выходные требования к дисциплине: знание основных подходов к анализу маркетинговой среды и выведению ИТ-продуктов и услуг на рынок, умение применять методы анализа среды для формирования конкурентоспособного предложения на рынке и приобретенный опыт в разработке элементов комплекса маркетинга для информационной системы.

3. Краткое содержание дисциплины

Дисциплина включает три модуля: «Маркетинг в деятельности ИТ-компаний», «Аналитическая функция маркетинга», «Процесс STP и элементы комплекса маркетинга для ИТ-продуктов и услуг».

Разработчик:

Доцент кафедры МиУП, к.э.н., доцент Прима Я.Г.