

**Наименование учебной дисциплины:
«Основы маркетинга»**

Код и наименование специальности	1-25 01 12 Экономическая информатика
Курс обучения	1
Семестр обучения	2
Количество аудиторных часов:	52
Лекции	26
Семинарские занятия	-
Практические занятия	26
Лабораторные занятия	-
Форма текущей аттестации (зачет/ дифференцированный зачет/экзамен)	зачет
Количество зачетных единиц	4
Формируемые компетенции	Освоение учебной дисциплины «Основы маркетинга» должно обеспечить формирование специализированных компетенций: определять основные направления деятельности и сферу ответственного маркетинга, формулировать цели и задачи маркетинга в производственной, ценовой, дистрибутивной и коммуникационной области, определять и планировать затраты и результаты маркетинговой деятельности.

Краткое содержание учебной дисциплины:

«Основы маркетинга» – это учебная дисциплина практической направленности, освоение которой включает работу по следующим направлениям:

- формирование навыков по изучению внешней среды организаций, в том числе поведения потребителей, конкурентной среды, спроса и предложения на рынках;
- основы проведения сегментирования рынков и позиционирования организаций;
- разработка комплекса маркетинга организации, в том числе мероприятия товарной, ценовой, дистрибутивной и коммуникационной политики;
- формирование навыков управления маркетинговой деятельностью: освоение методов анализа маркетинговой деятельности, организация контроля маркетинга, разработка плана маркетинга.