

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ НА РЫНКЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ

(название дисциплины)

38.04.05 «Бизнес - информатика»

(код направления (специальности) подготовки)

1-й семестр

(семестр)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучить студентов теории и практике маркетинговых исследований, методам и технологиям организации и проведения исследования с целью обеспечения качества принимаемых управленческих решений, снижения риска и неопределенности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Маркетинговые исследования на рынке информационных технологий» относится к дисциплинам по выбору (ДВ.02.01) вариативной части (В) базового цикла (Б1) дисциплин.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

ПК-6 способностью управлять исследовательскими и проектно-внедренческими коллективами

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Содержание и направления маркетинговых исследований

Тема 2. Этапы процесса маркетинговых исследований

Тема 3. Методы маркетинговых исследований

Тема 4. Информация в маркетинговых исследованиях

Тема 5. Анализ, оценка и принятие решений в маркетинге

Тема 6. Исследование рынков, изучение конкурентов и потребителей

Тема 7. Изучение элементов комплекса маркетинга

Тема 8. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ –

ЭКЗАМЕН

экзамен, зачет, зачет с оценкой

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ –

3 ЗЕТ

Составитель: _____ доцент каф. МН и МР, к.э.н., Смирнов В.Н.

должность, ФИО

подпись

Заведующий кафедрой _____ МН и МР Филимонова Н.М.

название кафедры, ФИО

подпись

Председатель

учебно-методической комиссии направления _____

Тесленко И.Б.

ФИО

подпись

Директор института _____

Захаров П.Н.

Дата: _____

Печать института

