

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

Код и наименование специальности	1-26 03 01 Управление информационными ресурсами
Курс обучения	3
Семестр обучения	5
Количество аудиторных часов:	60
Лекции	30
Семинарские занятия	-
Практические занятия	30
Лабораторные занятия	-
Форма промежуточной аттестации (зачет/ дифференцированный зачет/экзамен)	зачет
Количество зачетных единиц	3
Формируемые компетенции	Освоение учебной дисциплины «Основы маркетинга» должно обеспечить формирование специализированных компетенций: принимать экономически обоснованные решения, разрабатывать эффективные стратегии развития организации в конкурентной среде.
Краткое содержание учебной дисциплины: Содержание учебной дисциплины «Основы маркетинга» включает работу в следующих направлениях: - изучение принципов, функций и методов маркетинга; - использование инструментов маркетинга на практике при обосновании управленческих решений; - основы разработки маркетинговой стратегии организации.	