

Харківський національний автомобільно-дорожній університет
Механічний факультет
Кафедра комп'ютерних технологій і мехатроніки

АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

«ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ»

Рівень вищої освіти – бакалавр

Спеціальність – 121 Інженерія програмного забезпечення

Галузь знань – 12 Інформаційні технології

I. Мета та зміст навчальної дисципліни

Дисципліна "Основи маркетингу" є дисципліною індивідуального вибору та присвячена формуванню у студентів навичок по застосування знань основ маркетингу в професійної діяльності.

Мета дисципліни — сформувати теоретичні знання та практичні навички щодо суті, принципів і завдань сучасної маркетингової концепції.

Предметом дисципліни "Основи маркетингу" є вивчення інструментів для проведення маркетингових досліджень.

Основні завдання вивчення дисципліни: проводити ревізію маркетингового середовища компанії; збирати і аналізувати маркетингову інформацію з проблеми; прогнозувати попит; сегментувати ринок, проводити оцінку цільових сегментів; виявлення конкурентоспроможності продукту і організації; участі в розробці комплексу маркетингу; розробки практичних рекомендацій щодо формування попиту і стимулювання збуту готельного продукту для різних цільових сегментів.

II. Перелік знань і умінь, яких набує студент після опанування даної дисципліни:

Програмні результати навчання:

Аналізувати, цілеспрямовано шукати і вибирати необхідні для вирішення професійних завдань інформаційно-довідникові ресурси і знання з урахуванням сучасних досягнень науки і техніки.

Знати та вміти застосовувати методи та засоби управління проектами.

Уміння документувати та презентувати результати розробки програмного забезпечення.

Вміти проводити розрахунок економічної ефективності програмних систем.

Перелік компетентностей, яких набує студент після опанування даної дисципліни:

Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

Здатність працювати в команді.

Здатність ідентифікувати, класифікувати та формулювати вимоги до програмного забезпечення.

Здатність застосовувати фундаментальні і міждисциплінарні знання для успішного розв'язання завдань інженерії програмного забезпечення.

Здатність оцінювати і враховувати економічні, соціальні, технологічні та екологічні чинники, що впливають на сферу професійної діяльності.

III. Зміст дисципліни, що пропонується для вивчення студентами за модулями та темами

Тема 1. Введення в маркетинг маркетинг; сутність, завдання і компетенції

Базові поняття і принципи маркетингу. Концепції маркетингу. Засоби маркетингу і регулювання попиту. Зміст маркетингової діяльності. Значення маркетингу. Зміни в маркетингу.

Тема 2. Маркетингова середовище: аналіз і взаємодія

Маркетингове середовище фірми: тенденції та перспективи. Основні фактори макросередовища. Мікросередовище компанії. Проблеми конкуренції. Внутрішнє середовище компанії

Тема 3. Маркетингова інформаційна система і маркетингові дослідження

Маркетингова інформаційна система і її елементи. Процес маркетингового дослідження. Напрями та цілі маркетингових досліджень. Вторинна і первинна маркетингова інформація. Методи збору первинної інформації. Методи аналізу та інтерпретації даних. Методи прогнозування та вимірювання попиту.

Тема 4. Вибір цільового ринку. позиціонування і диференціювання.

Сегментування ринку: сутність, принципи, рівні. Процес сегментування ринку. Критерії сегментації споживчих і промислових ринків. Оцінка і вибір ринкових сегментів. Стратегії охоплення ринку. Розробка стратегії позиціонування.

Тема 5. Основи поведінки покупців

Купівельна поведінка: принципи вивчення. Модель купівельної поведінки. Індивідуальні ресурси споживача. Фактори, що формують поведінку покупця

Тема 6. Маркетинг - орієнтоване планування

Стратегічне планування: сутність, завдання, рівні. Процес стратегічного планування. Сутність і послідовність SWOT - аналізу. Методи аналізу бізнес - портфеля. Розробка стратегій зростання. Зміст маркетингового плану. маркетинговий контроль

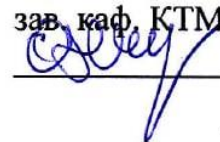
Тема 7. Маркетингові політики

Товарна політика Цінова політика Збутова політика Комунікативна політика

Тема 8. Особливості маркетингу на різних ринках

Етичний кодекс підприємця привабливий імідж

Гарант освітньо-професійної програми
«Інженерія програмного забезпечення»
першого(бакалаврського) рівня освіти:

зав. каф. КТМ, д.т.н., проф.
 Ніконов О.Я.