

Դասընթացի անվանումը (կրթամոդուլի դասիչը)	ՄԱՐՔԵԹԻՆԳ (Ճարտարագիտության ոլորտում) (6ԻՆՏՏ054)
ECTS կրեդիտ	2 կրեդիտ
Դասընթացի պատասխանատու դասախոս	Ավետիսյան Գ., դասախոս
Ուսումնառության վերջնարդյունքներ	<p style="text-align: center;">Դասընթացի ավարտին ուսանողն ունակ կլինի.</p> <p>(գիտելիք և իմացություն)</p> <ul style="list-style-type: none"> • նկարագրել մարքեթինգի էությունը, • ներկայացնել մարքեթինգի կառավարումը, • նկարագրել ընկերության (հիմնականում տեղեկատվական տեխնոլոգիաների բնագավառից) մարքեթինգային միջավայրը, • հետազոտել մարքեթինգային տեղեկատվությունը և կատարել վերլուծություն շուկաների տարածքների վերաբերյալ : <p>(կարողություններ)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ընտրել արտաքին միջավայրից անհրաժեշտ, մարքեթինգին առնչվող տեղեկատվություն և այդ տեղեկատվության վերարտադրման միջոցով որոշումներ ընդունել, • իրականացնել ընկերության (հիմնականում տեղեկատվական տեխնոլոգիաների բնագավառից) շուկայական վերլուծություններ, • իրականացնել մարքեթինգային հաղորդակցման համալիր տարրերի կիրառմամբ մարքեթինգային հաղորդակցություններ, • իրականացնել մարքեթինգային հետազոտություն:
Դասընթացի թեմատիկ ծրագիր	<ul style="list-style-type: none"> • Մարքեթինգի առաջացման նախադրյալները և զարգացման էվոլյուցիան: • Մարքեթինգի օբյեկտները և սուբյեկտները, նպատակները և գործառույթները: • Մարքեթինգի կառավարումը, պահանջարկի կառավարման մոտեցումները: • Մարքեթինգի կառավարման հայեցակարգերը: • Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ընկերության մար-

	<p>քթթինգի ծառայության կազմակերպման սկզբունքները:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ընկերության շուկաների դասակարգման սկզբունքները: • Մարքեթինգի բովանդակությունը և հիմնարար հասկացությունները: • Մարքեթինգային միջավայրի էությունը: • Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ընկերության միկրոմիջավայրը և մակրոմիջավայրի հիմնական գործոնները: • Մարքեթինգային տեղեկատվության դերը և տեսակները: • Մարքեթինգային հետազոտությունների էությունը և գործընթացը, ուղղություններն ու կառուցվածքը: • Շուկայական վերլուծությունների կառուցվածքը: • Շուկայի հատվածավորման գործընթացը և սկզբունքները: • Ընկերության մակնիշավորման և ապրանքների գնագոյացման ռազմավարությունները:
Դասընթացի գրականության ցանկ	<ul style="list-style-type: none"> • Ջաքարյան Ա. Ե., Սահակյան Շ. Ս. Մարքեթինգի հիմունքներ, Տնտեսագետ հրատ., Երևան, 2013: • Սուվարյան Յու. Ս., Մենեջմենթ, Տնտեսագետ հրատ., Երևան, 2002: • Podgorsek P. Marketing Handbook, ELSA International, 2013.

ԻՀՏԿՀ ամբիոնի վարիչ, տ.գ. դ. պրոֆեսոր՝

Մարկոսյան Մ.Վ.