

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Маркетинг информационных услуг

1. Цели освоения дисциплины:

Получение обучающимися теоретических знаний и практических навыков в области исследования маркетинговой среды, выявления проблем маркетинговой деятельности и нахождения путей их решения для обеспечения конкурентоспособного положения организации на рынке информационных услуг

2. Распределение часов дисциплины

2.1 Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 ч., 4 ЗЕТ.

2.2 Наименование разделов:

1 Теоретические основы маркетинга

2 Маркетинговая среда

3 Маркетинговые исследования рынка информационных услуг

4 Сегментация рынка информационных услуг

5 Товарная политика в маркетинге

6 Ценовая, распределительная и коммуникативная политика в маркетинге

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля):

ОПК-2 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства, и использовать их при решения задач профессиональной деятельности;;

4. Виды контроля:

Контрольная работа, Зачет