

# **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