Протокол о дополнениях и изменениях в рабочей программе на 2026-2027 учебный год

1. В рабочую программу по дисциплине вносятся следующие дополнения: нет.

2. В рабочую программу по дисциплине вносятся следующие изменения:

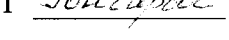
Раздел 6. Фонд оценочных средств полагать в следующей редакции:

6.2. Темы письменных работ

Темы контрольных работ:

1. Роль маркетинга в условиях цифровой экономики
2. Задачи маркетинга на рынке, в т.ч. на рынке информационных услуг
3. Виртуальный маркетинг, его особенности и значение
4. Особенности реализации маркетинга информационных услуг
5. Особенности проведения маркетинговых исследований рынка информационных услуг
6. Особенности сегментации рынка информационно-коммуникационных технологий
7. Особенности услуг, в т.ч информационных, как товара
8. Виды цен на товары и услуги
9. Организация процесса товародвижения
10. Организация рекламных кампаний, в т.ч. посредством информационно-коммуникационных технологий
11. Поведение потребителей в современных условиях
12. Использование маркетинга некоммерческими организациями
13. Бенчмаркинг в маркетинге
14. Современные технологии маркетинга: нейромаркетинг
15. Разработка маркетинговой стратегии компании
16. Управление маркетингом
17. Современные технологии маркетинга: интернет-маркетинг
18. Маркетинг в социальных сетях
19. Современные технологии маркетинга: мобильный маркетинг
20. Современные технологии маркетинга: email-маркетинг
21. Комплекс маркетинга в цифровой среде
22. Определение целевой аудитории компании в условиях цифровой экономики
23. Современные технологии маркетинга: поисковый маркетинг
24. Скрытый маркетинг
25. Современные технологии маркетинга: контент-маркетинг
26. Партнерский маркетинг
27. Цифровая реклама
28. Организация международного маркетинга в цифровом мире
29. Маркетинг в сфере электронной коммерции
30. Маркетинг в сфере B2B: особенности и инструменты

Протокол заседания кафедры № 1 от « 01 » сентября 2026 г.,

Заведующий базовой кафедрой МиИТ  Н.А. Гончарова