

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
Маркетинг информационных услуг

1. Цели освоения дисциплины:

Получение обучающимися теоретических знаний и практических навыков:

- 1.1 в области исследования маркетинговой среды;
- 1.2 выявления проблем маркетинговой деятельности;
- 1.3 нахождения путей их решения для обеспечения конкурентоспособного положения организации на рынке информационных услуг.

2. Распределение часов дисциплины

2.1 Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетных единицы.

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-3 - Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

4. Виды контроля в семестрах: экзамен