

Аннотация дисциплины «Маркетинг в IT – сфере»

Цель изучения дисциплины: формирование знаний и навыков по методологическим основам и практике маркетинга как комплексного подхода к управлению производством и реализацией услуг на рынках с учетом спроса и требований потребителей, а также по маркетингу как функции управления деятельностью в области теории и практики маркетинговой деятельности организаций, работающих в условиях рыночных отношений.

Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина относится к дисциплинам по выбору модуля дисциплин по выбору, углубляющих освоение профиля вариативной части основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес – информатика, профиль «IT – менеджмент в бизнесе».

Краткое содержание: роль маркетинга в системе управления фирмой. Сущность потребности и изучение потребителей Система маркетинговых исследований. Выявление маркетинговых возможностей. Услуга в маркетинговой деятельности. Ценовая политика. Дистрибуция Виды каналов сбыта. Маркетинговые коммуникации. Планирование, контроль и организация маркетинговой деятельности Области применения маркетинга Интернет-маркетинг. Международный маркетинг.