**Аннотация дисциплины**

**Управление маркетингом**

**Цели изучения дисциплины:**

формирование теоретических знаний в функциональных областях маркетинга и развитие практических навыков эффективного использования маркетинговых технологий и инструментов в управлении организацией.

**Место дисциплины в структуре ООП:**

Место дисциплины «Управление маркетингом» в структуре образовательной программы определяется учебным планом по направлению 38.03.05 – Бизнес-информатика, профиль: ИТ-менеджмент в бизнесе.

**Содержание дисциплины**

Понятие и сущность; принципы, цели и функции маркетинга. Эволюция концепций маркетинга. Современные виды маркетинга: нейромаркетинг; цифровой, сенсорный, латеральный маркетинг.

Маркетинговые исследования: виды, методы и направления. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности, маркетинговая информационная система (МИС). Маркетинговая среда: понятие, характеристики и особенности исследования. Исследования потребителей. Сегментирование рынка: понятие, признаки и критерии, отбор целевых сегментов, выбор варианта охвата рынка Позиционирование на рынке.

Маркетинг как интегрирующая функция принятия управленческих решений. Концепция управления маркетингом. Маркетинговые стратегии: портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии. Маркетинговый план. Организационное построение службы маркетинга. Планирование и контроль маркетинга.

Элементы комплекса маркетинга: товарная, ценовая, распределительная и коммуникационная политики. Управление товарной политикой. Управление ценовой политикой. Управление политикой распределения. Управление коммуникационной политикой. Управление продажами.

Особенности маркетинга в отраслях и сферах деятельности. Маркетинг территорий. Инновационный маркетинг. Финансовый маркетинг. Международный маркетинг.