

## **Аннотация дисциплины**

### **УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ**

**Направление подготовки 38.03.05 – Бизнес-информатика**

**Профиль: ИТ-менеджмент в бизнесе**

#### ***Цель 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:***

- Дисциплина «Управление маркетингом» является дисциплиной по выбору Профильного блока дисциплин по выбору Вариативной части направления подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика», профиль «ИТ-менеджмент в бизнесе».

#### ***Краткое содержание:***

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.