

## **Аннотация**

### **Информационное обеспечение маркетинговой деятельности компании**

#### ***Цель дисциплины:***

Формирование у студентов навыков работы с информационными системами на предприятиях, обеспечивающих решение маркетинговых задач. Получение ими базовых знаний в области сбора, обработки и представления маркетинговой информации.

#### ***Краткое содержание:***

Информационное обеспечение управления маркетингом. Бизнес-процессы, требующие маркетинговой информационной поддержки. Понятие и структура маркетинговой информационной системы (МИС). Этапы внедрения МИС. Принципы и задачи концепции управления подразделениями. Сбалансированная система показателей. Концепция CRM. Функции CRM-систем: управление маркетингом, продажами, клиентской базой, сервисом. Определение объектно-ориентированного проектирования информационных систем. Статистический инструментарий, применяемый в системе анализа МИС. Организация МИС для различных уровней управления. Классификации задач МИС по объектам и этапам управления: по элементам маркетинговой среды и стратегическим единицам предприятия, по элементам комплекса маркетинга. Применение информационных систем управления ресурсами предприятия (ERP), систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), инструментов бизнес-аналитики (BI) для поддержки маркетинговой деятельности предприятия. Обзор программного продукта «1С: Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM)», назначение, возможности.