

Аннотация дисциплины

Управление маркетингом

Цель дисциплины:

Формирование у студентов глубоких знаний в области теории и практики управления маркетингом в целях создания ключевых стратегических компетенций компании в новой экономике.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов представления об интегрирующей роли маркетинга в принятии управленческих решений; о сущности стратегического, тактического и оперативного маркетингового планирования; о видах организации маркетинга на предприятии;
- знание основных функций и задачах управления маркетингом;
- изучить лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг и сформировать навыки по их использованию в целях создания ключевых стратегических ИТ компетенций компании, представляющих собой конкурентные преимущества коммерческих предприятий в новой экономике;
- развить способности по организации процесса управления изменениями информационной среды организации.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Управление маркетингом» является дисциплиной вариативной части основной образовательной программы и входит в профильный блок дисциплин по выбору для направления подготовки 38.03.05 - Бизнес-информатика, профиль: ИТ - менеджмент в бизнесе.

Краткое содержание:

Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства. Исследование рынка: информация о рынке, виды

исследований и поведение потребителей. Товар, его свойства и товарная политика. Система продвижения и сбыта товара