

# **АННОТАЦИЯ**

## **рабочей программы дисциплины**

Маркетинг информационных услуг

### **1. Цели освоения дисциплины:**

Получение обучающимися теоретических знаний и практических навыков в области исследования маркетинговой среды, выявления проблем маркетинговой деятельности и нахождения путей их решения для обеспечения конкурентоспособного положения организации на рынке информационных услуг

### **2. Распределение часов дисциплины**

2.1 Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 ч., 3 ЗЕТ.

2.2 Наименование разделов:

1 Теоретические основы маркетинга

2 Маркетинговая среда

3 Маркетинговые исследования рынка информационных услуг

4 Сегментация рынка информационных услуг

5 Товарная политика в маркетинге

6 Ценовая, распределительная и коммуникативная политика в маркетинге

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля):**

ОПК-3 - Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

### **4. Виды контроля в семестрах:      Зачет 6**