

Аннотация рабочей программы дисциплины

Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций

Направление подготовки: 11.03.02 - Инфокоммуникационные технологии и системы связи

Профили подготовки: Сети связи и системы коммутации

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 7 семестре при дневной форме обучения и в 8 семестре при заочной форме обучения, составляет 2 зачетные единицы. По дисциплине предусмотрен зачет.

Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины состоит в формировании умения маркетингового подхода к управлению и получения практических навыков использования инструментов маркетинга. Основными задачами является формирование представления об особенностях инфокоммуникационных услуг, характеристиках соответствующих рынков.

Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

а) общепрофессиональных (ОПК):

- способность иметь навыки самостоятельной работы на компьютере, осуществлять компьютерное моделирование систем (ОПК – 4);

г) профессиональных (ПК):

- быть готовым к содействию внедрения перспективных технологий и стандартов (ПК – 1);
- быть готовым к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта по соответствующей тематике (ПК – 7).

Основные разделы дисциплины

1. Развитие инфокоммуникаций и возрастание роли маркетинга.
2. Концепция маркетинга в инфокоммуникациях.
3. Методы маркетинговых исследований инфокоммуникационного рынка.
4. Сегментация рынка и исследование спроса в инфокоммуникациях.

5. Диагностика конкурентной среды операторской компании.
6. Продуктовая и тарифная политика компании на рынке инфокоммуникационных услуг.
7. Маркетинговые коммуникации и организация продаж.
8. Маркетинговое планирование в инфокоммуникациях.
9. Организационное обеспечение маркетинговой деятельности компании.