

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Цель дисциплины: формирование у студентов системного представления о теории и практике маркетинга информационных технологий (ИТ); получение знаний, необходимых при построении отношений и коммуникаций между организацией и потребителями информационных продуктов и услуг, а также партнерами, профессиональными сообществами; приобретение навыков проведения исследований клиентского опыта для разработки инновационных программных сервисов, продвижения информационных продуктов на цифровых рынках.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Маркетинг информационных технологий» является дисциплиной профильного цикла по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика.

Краткое содержание:

Маркетинг информационных технологий как экономическая дисциплина. Исследование клиентского опыта на основе подхода дизайн – мышления. Экономика впечатления. Подтверждение гипотез ИТ-проекта в исследованиях клиентов (Customer development methodology). Оценка цифрового рынка. Анализ и оценка размера рынка. Анализ показателей оценки потенциала рынка. Бизнес-модель цифровой компании и модели монетизации. Стили бизнес - моделей. Выбор и обоснование модели монетизации продукта. Модель Подписка. Микро-транзакции. Продвижение. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Каналы коммуникаций. Позиционирование. Брендинг ИТ-компаний и ИТ- продуктов. Поведенческий маркетинг. Событийный маркетинг. Нейромаркетинг. Social Media Marketing. Email маркетинг. Продвижение в социальных сетях.