

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ
ДЛЯ СТУДЕНТА**

Маркетинг информационных технологий

Направление подготовки: 38.03.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль): ИТ-менеджмент в бизнесе

Форма обучения: очная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Тема 1. Принципы маркетинга

Формируемые компетенции:

Код	Компетенция
ПК-3	Умение применять методы системного анализа и моделирования для анализа архитектуры предприятий
ОК-3	Способность принимать организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность, в том числе в нестандартных ситуациях

Цели занятия: изучение сущности и принципов маркетинга.

Общее время занятия: 4 часа.

Оснащение занятия: мультимедийная аудитория.

План занятия:

1. Знакомство с принципами маркетинга.
2. Освоение принципов стратегического маркетинга.
3. Использование принципов маркетинга в деятельности ИТ-службы.

Тема 2. Маркетинговые стратегии в деятельности ИТ-службы

Формируемые компетенции:

Код	Компетенция
ПК-3	Умение применять методы системного анализа и моделирования для анализа архитектуры предприятий
ДКМП-3	готовить предложения по автоматизации служб и подразделений организации
ОК-5	Способность к творческой адаптации к конкретным условиям выполняемых задач и их инновационным решениям

Цели занятия: изучение маркетинговых стратегий в деятельности ИТ-службы.

Общее время занятия: 4 часа.

Оснащение занятия: мультимедийная аудитория.

План занятия:

1. Знакомство с продуктами и клиентами ИТ-службы.
2. Использование сегментации и целевого маркетинга в деятельности ИТ-службы.

3. Изучение маркетинга информационных технологий и информационные технологии маркетинга.
4. Анализ многоканальных продаж и интернет-продаж.

Тема 3. Брендинг информационных технологий

Формируемые компетенции:

Код	Компетенция
ПК-3	Умение применять методы системного анализа и моделирования для анализа архитектуры предприятий
ДКМП-3	готовить предложения по автоматизации служб и подразделений организации
ПК-1	Умение готовить аналитические материалы для оценки мероприятий и выработки стратегических решений в области ИКТ

Цели занятия: изучение брендинга информационных технологий.

Общее время занятия: 4 часа.

Оснащение занятия: мультимедийная аудитория

План занятия:

1. Определение и характеристики брендов. Примеры брендов.
2. Позиционирование бренда: товарная категория, целевой сегмент, ключевые отличия
3. Процесс выбора, поиск информации, сетевые взаимодействия клиентов.
4. Услуги ИТ-службы организации и облачные ИТ-услуги.
5. Сотрудничество и конкуренция ИТ-службы организации с внешними поставщиками ИТ-сервисов.
6. Потребители ИТ-услуг: привлечение, развитие, измерение удовлетворенности, управление удовлетворенностью.

Тема 4. Маркетинговые коммуникации в деятельности ИТ-службы

Формируемые компетенции:

Код	Компетенция
ДКМП-3	готовить предложения по автоматизации служб и подразделений организации
ПК-5	Способность планировать процессы управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия и организовывать их исполнение

Цели занятия: освоение применения маркетинговых коммуникаций в деятельности ИТ-службы.

Общее время занятия: 4 часа.

Оснащение занятия: мультимедийная аудитория

План занятия:

1. Знакомство с каналами коммуникаций.
2. Изучение принципов работы службы ИТ-поддержки.
3. Использование маркетинга в ИТ-проектах.
4. Изучение принципов продвижения ИТ-инициатив, проектов и сервисов.