

Маркетинг информационных технологий

Цель дисциплины формирование у студентов, следующих компетенций:

ПКП – 4 Способность разрабатывать предложения для заказчиков по вопросам использования ИТ для трансформации бизнеса

ПКН – 6 Способность проводить бизнес-анализ предметной области

ПКН – 8 Способность анализировать состояние ИТ-отрасли и обеспечивать поддержку инноваций и организационных изменений с использованием ИТ

Место дисциплины в структуре ООП

дисциплина «Маркетинг информационных технологий» является дисциплиной профиля и цикла профиля (элективный) направления подготовки 38.03.05 - Бизнес-информатика, ОП "Цифровая трансформация управления бизнесом", профиль: "ИТ-менеджмент в бизнесе"

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. 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.