

**АННОТАЦИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
"ИТ-маркетинг"**

**по направлению 38.04.01 (уровень магистратуры) "Экономика"  
профиль "Бизнес-аналитика"**

**1. Цели и задачи освоения дисциплины**

Цели освоения дисциплины:

- ознакомление студентов с основами маркетинга, спецификой ИТ-маркетинга и Интернет-маркетинга;
- изучение студентами основных маркетинговых методик;
- формирование у студентов представления о процессе выстраивания успешной и эффективной маркетинговой службы.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение особенностей ИТ - маркетинга, его методов и инструментов;
- ознакомление с современными тенденциями в развитии теории и практики маркетинга;
- приобретение знаний и навыков, необходимых для постановки и практического решения основных задач маркетинга для ИТ-продуктов;
- исследование рынков ИТ, оценка их потенциала, прогнозирование объемов продаж;
- сегментирование рынков, выбор целевых сегментов, позиционирование фирмы, её товаров и услуг на целевых сегментах рынка;
- разработка и обоснование стратегических планов, маркетинговых решений по товарной и ценовой политике, политике распределения и коммуникаций.

В результате изучения курса студенты должны свободно ориентироваться в терминах маркетинга, знать методы работы маркетолога, обладать практическими навыками использования инструментов ИТ-маркетинга, уметь позиционировать товар или услугу на выбранном рынке, а также формировать свои предложения по разработке маркетинговой кампании для организации.

**2. Место дисциплины в структуре ООП ВО**

Дисциплина «ИТ-маркетинг» принадлежит вариативной части ФГОС ВО по направлению «Экономика» и является обязательной дисциплиной. Дисциплина изучается студентами второго курса магистратуры.

Изучение курса «ИТ-маркетинг» базируется на компетенциях, сформированных у обучающихся в процессе изучения дисциплины «Методология научного исследования» (ОК-1, ОК-3, ПК-2, ПК-13, ПК-14).

Дисциплина «ИТ-маркетинг» помогает приобрести новые знания в сфере инновационно-предпринимательской деятельности. Знания, навыки и умения, приобретенные в результате прохождения курса, будут востребованы при выполнении курсовых и выпускных квалификационных работ, связанных с разработкой и продвижением новых ИКТ продуктов и услуг на рынке.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:  
способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-3);

способностью самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности, разрабатывать соответствующие методические и нормативные документы, а также предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ (ПК-5);

способностью разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках (ПК-7);

способностью готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне (ПК-8);

способностью анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов (ПК-9).

В результате освоения дисциплины студенты должны:

***Иметь представление:***

- ИТ-маркетинге как необходимой части бизнеса в сфере ИТ.

***Знать:***

- общие принципы маркетинговых исследований;
- методы продвижения ИКТ-продукции;
- методы оценки потенциала рынка;
- методы разработки эффективной бизнес-модели в сфере ИТ;
- особенности продвижения стартапов в сфере ИТ.

***Уметь:***

- анализировать состояние рынка и находить потенциальных клиентов;
- организовывать процесс разработки маркетинговой кампании;
- анализировать возможности и перспективы продвижения ИТ-продукта на целевом рынке;
- проводить маркетинговые исследования в сфере ИТ.

***Приобрести навыки:***

- практического проведения маркетинговых исследований;
- продвижения ИТ-продукта на рынке;
- использования метрик для оценки успешности ИТ-проекта.

***Владеть, иметь опыт:***

- основами маркетинговых приемов для успешной деятельности предприятия.

Дисциплина предполагает формирование навыков использования приемов и методов маркетинговой деятельности для предприятий, работающих в сфере ИКТ.

#### **4. Общая трудоемкость дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часов).

#### **5. Образовательные технологии**

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проблемная лекция;
- лекция – дискуссия;
- лекция с разбором конкретных ситуаций.
- решение конкретных профессиональных ситуаций, используя современные математические технологии;
- групповая дискуссия;
- мозговой штурм;
- семинар – совещание.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие

образовательные технологии:

- выполнение самостоятельных практических работ;
- работа со специализированной литературой и электронными ресурсами.

### **6. Контроль успеваемости**

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля:

- общетеоретические вопросы и задания с открытой формой ответа;
- выполнение проектов.

По данной дисциплине предусмотрена форма отчетности: экзамен.

Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамен.