

Аннотация к рабочей программе

дисциплины Б1. О 14. 05 Маркетинг ИТ-продуктов

Направление подготовки: 01. 03. 04 Прикладная математика

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины формирование основополагающих представлений о маркетинге ИТ-продуктов для принятия обоснованных экономических решений по разработке новых ИТ-продуктов и их эффективному продвижению на рынке

Объем дисциплины: 108 часов; 3 зачетных единицы

Семестр: 5

Краткое содержание основных разделов дисциплины

№ п/п раздела	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Раздел 1. Введение в маркетинг ИТ-продуктов Понятие ИТ-продуктов и ИТ-услуг. Отличительные особенности ИТ-продуктов как товара. Основы маркетинга, его роль в ИТ-сфере и для принятия обоснованных решений по запуску нового ИТ-продукта и его продвижения. Методологическая основа расчета показателей, применяемых в маркетинге ИТ-продуктов. Краткий обзор рынка ИТ-продуктов. Макроэкономические показатели рынков и методика их расчета.
2	Раздел 2. Маркетинговые исследования Основы методологии маркетинговых исследований в ИТ-сфере. Инструменты сбора данных, анализ данных и интерпретация результатов маркетинговых исследований. Использование маркетинговых исследований для определения потребностей рынка, целевой аудитории, оценке конкурентной среды на рынках ИТ-продуктов. Применение маркетинговых исследований для разработки маркетинговых стратегий. Современные методы маркетинговых исследований, расчета показателей конкурентоспособности ИТ-продукта, оценки удовлетворенности потребителей
3	Раздел 3. Маркетинг-микс ИТ-продуктов Определение маркетинг-микса для ИТ-продуктов: продукт, цена, место и продвижение. ИТ-продукт в маркетинг-миксе: особенности и требования к разработке. Ценообразование для ИТ-продуктов: стратегии и методы расчета. Закон спроса и предложения. Модели монетизации ИТ-продуктов. Распространение ИТ-продуктов: рынки, каналы и дистрибуция. Определение емкости рынка. Сегментирование рынка. Продвижение ИТ-продуктов: инструменты и методы. Виды рекламы. Таргетированная и контекстная реклама. Основы SMM и продвижения в социальных сетях. Посадочные страницы рекламы. Маркетинговая аналитика. Бюджет продвижения ИТ-продукта. Конверсия и методики ее расчета.

Форма промежуточной аттестации: зачет