

АННОТАЦИЯ

дисциплины ФТД.В.01. ИТ-МАРКЕТИНГ

Общее количество часов - 72

Количество зачетных единиц - 2

Основной целью дисциплины «ИТ-маркетинг» является формирование у обучающихся профессиональных знаний и практических навыков по маркетингу в области информационных технологий.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с основными направлениями развития инноваций в бизнесе, менеджменте и ИКТ;
- формирование умений и навыков проведения маркетинговых исследований ИКТ рынка;
- освоение базовых методов и инструментов ценообразования и формирования сбытовой политики компании;
- изучение основ стратегического планирования в сфере продвижения ИТ-продуктов и оценки эффективности инвестиций в маркетинг.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина **ФТД.В.01. «ИТ-маркетинг»** относится к вариативной части Блока 3 «ФТД. Факультативы» учебного плана.

Результаты обучения (знания, умения, опыт, компетенции)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (согласно ФГОС):

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ПК-20	умение консультировать заказчиков по совершенствованию бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия	ключевые принципы совершенствования бизнес-процессов, особенности консультирования заказчиков по совершенствованию бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия	консультировать заказчиков по совершенствованию бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия	навыками консультирования заказчиков по совершенствованию бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия

2	ПК-27	способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг	основные методы, особенности и лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг	отбирать и использовать подходящие лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг	методиками сравнения и отбора успешных практик продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг, способами использования лучших практик продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг; навыками консультационной деятельности по вопросам продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг
---	-------	--	--	--	--

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены.*

Вид аттестации: зачет.

Основная литература:

1. Дрокина К. В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж [Электронный ресурс]: учебное пособие, Ч. 2 Таганрог: [Издательство Южного федерального университета](#), 2016. - 76 с. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=493030
2. Черкашин П.А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM): практические советы [Электронный ресурс]: учебник. - Москва, 2007. - 376 с. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=232997

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт»

Автор: Алексанян Г.А.