

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, графические нотации меть проводить анализа существующей ИТинфраструктуры предприятия; особенности консультирован	консультировать заказчиков по совершенствованию бизнеспроцессов и ИТинфраструктуры предприятия	навыками консультирования заказчиков по совершенствованию бизнеспроцессов и ИТинфраструктуры предприятия

			ия заказчиков по совершенствованию бизнес-процессов и ИТинфраструктуры предприятия		
2	ПК-27	способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программноинформационных продуктов и услуг	основные методы, особенности и лучшие практики продвижения инновационных программноинформационных продуктов и услуг	отбирать и использовать подходящие лучшие практики продвижения инновационных программноинформационных продуктов и услуг	методиками сравнения и отбора успешных практик продвижения инновационных программноинформационных продуктов и услуг, способами использования лучших практик продвижения инновационных программноинформационных продуктов и услуг; навыками консультационной деятельности по вопросам продвижения инновационных программноинформационных продуктов и услуг

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены.*

Вид аттестации: зачет.

Основная литература:

1. Карпова, С.В. Инновационный маркетинг [Электронный ресурс]: Учебник для вузов/ С.В. Карпова – М.: Издательство Юрайт, 2020.- 474 с. URL

<https://urait.ru/viewer/innovacionnyy-marketing-457376#page/1>

2. Калюжнова, Н.Я. Современные модели маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/Н.Я. Калюжнова, Ю.Е. Кошурникова. - М.: Издательство Юрайт, 2020. - 170 с. URL: <https://urait.ru/viewer/sovremennye-modeli-marketinga-454161#page/1>

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

Автор: Заикина Л.Н.