

Аннотация дисциплины Б.1.2.6 Дисциплина. Цифровой маркетинг и продвижение IT-проектов

Дисциплина "Цифровой маркетинг и продвижение IT-проектов" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Информационные системы и технологии в цифровом бизнесе" направления подготовки "09.03.02 Информационные системы и технологии".

Дисциплина изучается в 4, 5 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 252/7 часов/з.ед. Самостоятельная работа заключается в выполнении работ, указанных в разделе 4.

В ходе изучения дисциплины осуществляется текущий контроль в форме технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической карты дисциплины, размещенной на электронном курсе, а также промежуточный контроль в форме зачет, курсовая работа, экзамен.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ПК-1 Способен проводить анализ и формировать требования организации к информационной системе и применяемым IT-технологиям, выявлять информационные потребности пользователей
2. ПК-4 Способен проводить исследования рынков, организаций и IT-технологий, разрабатывать стратегии цифровой трансформации бизнеса и продвижения IT-проектов, принимать управленческие решения с использованием инструментария web-аналитики

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. Маркетинг как актуальная философия ведения бизнеса.
2. Digital-маркетинг в построении современной бизнес-концепции предприятия.
3. Сегментирование рынка как основной этап цифрового маркетинга.
4. IT-продукт как элемент комплекса маркетинга. Жизненный цикл продукта и стратегии маркетинга.
5. Цена и ценность IT-продукта. Маркетинговые стратегии ценообразования.
6. Каналы продаж и продвижения IT-продукта. Инструменты цифрового маркетинга.
7. Цифровой маркетинг и конкурентоспособность компании.
8. Маркетинг на высокотехнологичных рынках.
9. Стратегии цифрового маркетинга. Маркетинговые метрики.
10. Маркетинговые коммуникации и продвижение IT-проектов
11. Основы создания интернет-ресурсов и обеспечения их функционирования в глобальной сети
12. Медийная (баннерная) реклама
13. Контекстная реклама
14. Способы привлечения посетителей из поисковых систем
15. Продвижение в социальных сетях: SMM И SMO

Основными стратегическими образовательными технологиями являются: исследовательские, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения.

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, задания, информационные, классическая лекция.