

Аннотация дисциплины ФТД.2.1 Дисциплина. Анализ рынка и продвижение продукта

Дисциплина "Анализ рынка и продвижение продукта" изучается обучающимися по основной профессиональной образовательной программе "Искусственный интеллект в финансово-экономических системах" направления подготовки "38.04.01 Экономика".

Дисциплина изучается в 2 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 108/3 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.

Целью изучения дисциплины является формирование следующих компетенций:

1. ПК-1 Способен готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области финансово-экономической деятельности и принятия управленческих решений в цифровой среде

В ходе изучения дисциплины последовательно рассматриваются темы:

1. 1. Маркетинговая концепция управления организацией.
Сущность маркетинговой концепции. Социально-этичный маркетинг. Цели маркетинга. Принципы маркетинга. Функции маркетинга. Модели маркетинга. Организация маркетинговой деятельности. CRM-системы. Цифровой маркетинг. Искусственный интеллект в маркетинге. Проблемы внедрения маркетинга в России.
2. 2. Маркетинговое исследование и анализ рынка
Понятие маркетингового исследования и анализа рынка. Принципы маркетингового исследования. Конкурентная ситуация на рынке. Сегментирование рынка. Программа исследования. Цели исследования. Рабочая гипотеза исследования. Виды источников информации. Методы сбора первичных данных. Проектирование выборки. Разработка анкет. Анализ данных. Web-аналитика. Искусственный интеллект в маркетинговых исследованиях. Составление отчета об исследовании.
3. 3. Продвижение продукта
Понятие продвижения продукта. Цели продвижения. Виды и средства продвижения. Планирование рекламной кампании. Целевая аудитория и таргетированная реклама. SEO-продвижение и контекстная реклама. Социальные сети, мессенджеры и чаты. Показатели эффективности CTR, CPO, CPA, ROI, ROMI, ROAS. Искусственный интеллект в продвижении продукта.

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

В рамках указанных технологий применяются тактические образовательные технологии: case-study, задания, информационные, лекция с элементами мозгового штурма, мини-проекты, проблемная лекция.