

«Утверждаю»

-

**Рабочая программа дисциплины
Б1.В.16 Маркетинг информационных систем и технологий**

**01.03.02 Прикладная математика и информатика
) : Математическое и информационное моделирование**

4

8

2

72

8

:

-

2022

2022

1. Место дисциплины в структуре ОП

-

8

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

ПК-1.	Знает - Умеет - Владеет -
ПК-2.	Знает - Умеет Владеет

3. Содержание дисциплины

1. Маркетинг информационных технологий и информационных систем в условиях глобализации, его основные черты.

2. Маркетинговая среда IT-организаций.

3. Особенности, характерные черты, этапы проведения маркетинговых исследований на рынке ИТ.

4. Целевая аудитория рынка ИТ. Анализ поведения потребителей информационных продуктов и услуг. Сегментирование информационного рынка.

В

В2В)

5. Продуктовая политика фирмы на рынке ИТ. Управление предложением информационных продуктов и услуг лекционное занятие.

-

-

-

6. Ценообразование в системе маркетинга информационных продуктов и услуг.

-

-

7. Коммуникативная политика IT- организации: продвижение на рынке IT.

-

8. Интернет-маркетинг как один из основных инструментов продвижения на рынке IT.

		Rich-media	
E-mail		PR-	Internet.

9. Маркетинговые стратегии на рынке IT, их характеристика.

10. Деятельность в сфере IT как инновационный бизнес. Коммерциализация инноваций.

-

11. Бизнес в сфере ИТ как венчурный бизнес. Понятие стартапа.

12. Использование инструментов маркетинга на российском рынке ИТ.

4. Тематический план

1.		8	2	2	4
2.	-	4	1	1	2
3.		4	1	1	2
4.	ИТ.	8	2	2	4
5.		8	2	2	4
6.		8	2	2	4
7.	ИТ-	8	2	2	4
8.	-	8	2	2	4
9.		4	1	1	2
10.		4	1	1	2

11.	-	4	1	1	2
12.		4	1	1	2
		72	18	18	36

5. Виды учебной деятельности

Лекции:

Лекция 1. Маркетинг информационных технологий и информационных систем в условиях глобализации, его основные черты.

Лекция 2. Маркетинговая среда IT-организаций.

Особенности, характерные черты, этапы проведения маркетинговых исследований на рынке ИТ.

Лекция 3. Целевая аудитория рынка ИТ. Анализ поведения потребителей информационных продуктов и услуг. Сегментирование информационного рынка.

В

В2В).

Лекция 4. Продуктовая политика фирмы на рынке ИТ. Управление предложением информационных продуктов и услуг лекционное занятие.

Лекция 5. Ценообразование в системе маркетинга информационных продуктов и услуг.

Лекция 6. Коммуникативная политика IT-организации: продвижение на рынке ИТ.

Лекция 7. Интернет-маркетинг как один из основных инструментов продвижения на рынке ИТ.

PR-

Internet

Лекция 8. Маркетинговые стратегии на рынке ИТ, их характеристика.

Использование инструментов маркетинга на российском рынке ИТ.

Лекция 9.

Деятельность в сфере ИТ как инновационный бизнес. Коммерциализация инноваций.

Лабораторные занятия:

Лабораторное занятие 1. Маркетинг информационных технологий и информационных систем в условиях глобализации, его основные черты.

Вопросы:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.

Лабораторное занятие 2. Маркетинговая среда IT-организаций. Лабораторное занятие 4. Особенности, характерные черты, этапы проведения маркетинговых исследований на рынке IT.

Вопросы:

1. -
2. -
3. -
- 4.
- 5.
6. -
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
- 11.
- 12.

: - IT, IT-

Лабораторное занятие 3. Целевая аудитория рынка IT. Анализ поведения потребителей информационных продуктов и услуг. Сегментирование информационного рынка.

Вопросы:

- 1.
- 2.
3. B2B.
4. -
- 5.
- 6.
- 7.

: -

:

Лабораторное занятие 4. Продуктовая политика фирмы на рынке ИТ. Управление предложением информационных продуктов и услуг лекционное занятие.

Вопросы:

ИТ-

:

-

:

-

Лабораторное занятие 5. Ценообразование в системе маркетинга информационных продуктов и услуг.

Вопросы:

1.

-

- 2.
 - 3.
 4. :
 - 4.1.
 - 4.2.
 - 4.3.
 - 4.4.
 - 4.5.
 - 5.
 - 6.
- :

:

Лабораторное занятие 6. Коммуникативная политика IT- организации: продвижение на рынке IT.

Вопросы:

- 1.
 - 2.
 - 2.1.
 - 2.2.
 - 2.3. PR -
 - 2.4. -
 - 3.
 4. -
 - 5.
 - 6.
- :
- :
- PR-

Лабораторное занятие 7. Интернет-маркетинг как один из основных инструментов продвижения на рынке IT.

Вопросы:

1. Internet.
2. Internet
- 3.
- 4.
5. Rich-media
6. E-mail

7. PR-

Internet.

8.

9.

10.

:

IT

-

IT

-

:

- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
- 11.
- :

**Самостоятельная работа
Темы докладов для студентов**

- 1.
2. - Internet
3. B2B
- 4.
5. -
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
11. - Apple, Microsoft, Facebook, Google
- 12.
13. -
- 14.
15. -
- 16.
- 17.

Вопросы для самостоятельного изучения.

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

12.

13.

14.

Вопросы для самоконтроля

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

12.

13.

14.

15.

16.

17.					
18.		-			
19.					
20.		-			
21.			-		-
22.			-		
23.					
24.					
25.					
26.		-			
27.					
28.					
29.					
30.					
31.				-	
32.					
33.		-			
34.					
35.					
36.					
37.			-		
38.					
39.				-	
40.					
41.					
42.			-		
43.					
44.		-			-

).

6. Критерии оценивания результатов освоения дисциплины

6.1. Оценочные средства и критерии оценивания для текущей аттестации

1) Требования к докладам

--	--

2) Задания к лабораторным занятиям.

Критерии оценивания выполнения лабораторных работ

1. :

		*)
1		
2		2

(*)

2.

3) Итоговый тест (типовой).

1.

2. ?

3.

4.

5.

6. business to business, business to customer

7.

8.

Критерии оценивания итогового теста

1.

:

2.

5. <http://www.youtube.com/watch?v=Sq950WDTDdg> - Facebook
6. <http://www.youtube.com/watch?v=RUdaeLO9v7M> -
7. <http://www.youtube.com/watch?v=Wtb6dSq7mys> - eBay

8. Материально-техническое обеспечение

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа,

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования,

Помещение для самостоятельной работы

9. Программное обеспечение

Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-

IPRbooks

