

Документ подписан электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Сенченко Павел Васильевич  
Должность: Проректор по учебной работе  
Дата подписания: 11.11.2023 20:40:25  
Уникальный программный ключ:  
27e516f4c088deb62ba68945f4406e13fd454355

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**  
**«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ**  
**УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»**  
**(ТУСУР)**

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**IT-маркетинг**

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**  
Направление подготовки / специальность: **38.03.05 Бизнес-информатика**  
Направленность (профиль) / специализация: **IT-предпринимательство**  
Форма обучения: **очная**  
Факультет: **ФСУ, Факультет систем управления**  
Кафедра: **АОИ, Кафедра автоматизации обработки информации**  
Курс: **3, 4**  
Семестр: **6, 7**  
Учебный план набора 2020 года

**Распределение рабочего времени**

| № | Виды учебной деятельности   | 6 семестр | 7 семестр | Всего | Единицы |
|---|-----------------------------|-----------|-----------|-------|---------|
| 1 | Лекции                      | 18        | 18        | 36    | часов   |
| 2 | Лабораторные работы         | 20        | 20        | 40    | часов   |
| 3 | Всего аудиторных занятий    | 38        | 38        | 76    | часов   |
| 4 | Самостоятельная работа      | 70        | 106       | 176   | часов   |
| 5 | Всего (без экзамена)        | 108       | 144       | 252   | часов   |
| 6 | Подготовка и сдача экзамена | 36        | 36        | 72    | часов   |
| 7 | Общая трудоемкость          | 144       | 180       | 324   | часов   |
|   |                             | 4.0       | 5.0       | 9.0   | З.Е.    |

Экзамен: 6, 7 семестр

Томск

## 1. Цели и задачи дисциплины

### 1.1. Цели дисциплины

Цель — формирование у студентов профессиональных знаний и практических навыков по маркетингу в области информационных технологий.

### 1.2. 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 IT-продуктов и оценки эффективности инвестиций в маркетинг
- 

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «IT-маркетинг» (Б1.В.02.ДВ.01.01) относится к блоку 1 (вариативная часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются: Электронный бизнес.

Последующими дисциплинами являются: Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, Преддипломная практика.

## 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ПК-25 способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка ;
- ПК-27 способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг ;

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- **знать** методы проведения маркетинговых исследований для разных типов рынков, особенности ценообразования программных продуктов, каналы и инструменты Интернет-продвижения, особенности разработки маркетинговой стратегии для ИКТ-продуктов, метрики эффективности медиаплана и способы их оценки.

- **уметь** проводить маркетинговые исследования ИКТ-рынка, проводить сегментирование и осуществлять выбор целевых сегментов ИКТ-рынка, разрабатывать карту позиционирования и уникальное торговое предложение, проектировать воронки продаж, осуществлять обоснованный выбор каналов продвижения, разрабатывать стратегию продвижения IT-продукта и медиаплан, оценивать эффективность инвестиций в маркетинг.

- **владеть** навыками проектирования «воронки продаж», методиками расчета маркетингового бюджета.

## 4. Название разделов (тем) дисциплины

| Названия разделов дисциплины |  |
|------------------------------|--|
| 6 семестр                    |  |
| 1                            | IT-маркетинг как специализированное направление маркетинга |
| 2                            | Маркетинговые исследования                                 |
| 3                            | Позиционирование и брендинг                                |
| 7 семестр                    |  |
| 4                            | Ценообразование и сбыт                                     |
| 5                            | Продвижение  |