**Аннотация дисциплины**

**Маркетинг информационных технологий**

**Цели изучения дисциплины:**

формирование у студентов системного представления о теории и практике маркетинга информационных технологий (ИТ).

**Место дисциплины в структуре ООП:**

Место дисциплины «Маркетинг информационных технологий» в структуре образовательной программы определяется учебным планом по направлению 38.03.05 – Бизнес-информатика, профиль: ИТ-менеджмент в бизнесе.

**Содержание дисциплины**

Маркетинг информационных технологий как экономическая дисциплина. Исследование клиентского опыта на основе подхода дизайн-мышления. Экономика впечатления. Подтверждение гипотез ИТ-проекта в исследованиях клиентов (Customer development methodology).

Оценка цифрового рынка. Анализ и оценка размера рынка. Анализ показателей оценки потенциала рынка. Бизнес-модель цифровой компании и модели монетизации. Стили бизнес-моделей. Выбор и обоснование модели монетизации продукта.

Модель Подписка. Микро-транзакции.

Продвижение. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Каналы коммуникаций. Позиционирование. Брендинг ИТ-компаний и ИТ-продуктов. Поведенческий маркетинг. Событийный маркетинг.

Нейромаркетинг. Social Media Marketing. Email маркетинг. Продвижение в социальных сетях.