

Аннотация дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж»

Дисциплина (Модуль)	Рынки ИКТ и организация продаж				
Содержание	<p>Тема 1. Ознакомление с основными технологиями производства информационных продуктов и услуг;</p> <p>Тема 2. Получение представления о ведущих мировых ИТ-производителях, поставщиках ИТ-продуктов и ИТ-услуг;</p> <p>Тема 3. Об особенностях и текущем состоянии ИТ-рынка;</p> <p>Тема 4. Динамике спроса и предложения на ИТ-рынке России;</p> <p>Тема 5. О способах продвижения на ИТ-рынок;</p> <p>Тема 6. О возможностях маркетинга и его роли в развитии бизнеса, ИТ-фирмы;</p> <p>Тема 7. Систематизации и обработки информации, использования современных информационных технологий сбора информации и проведения исследования;</p> <p>Тема 8. Получение знаний, необходимых при анализе рынка информационных продуктов и услуг, в процессе управления маркетинговой деятельности фирмы, в информационном менеджменте.</p>				
Реализуемые компетенции	ОПК-2; ОК-5; ОК-7-9; ПК-1-6; ПК-15-19				
Результаты освоения дисциплины (модуля)	<p>В результате изучения дисциплины студент должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рынки программно-информационных продуктов и услуг; - лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг; - требования к службе маркетинга ИТ-предприятия; - вопросы маркетингового анализа и планирования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать продвижение на рынок инновационных программно-информационных продуктов и услуг; - выбирать рациональные ИС и ИКТ для управления бизнесом; - позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; - формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями; - организовывать продажи в среде Интернет; - систематизировать и обобщать информацию, организовывать и проводить исследования в области экономики, управления и ИКТ, разрабатывать конкретные предложения по результатам исследований, готовить справочно-аналитические материалы для принятия управленческих решений. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке; - методами формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями; - методами организации продаж в среде Интернет. 				
Трудоемкость, з.е.	3				
Объем занятий, часов	108	Лекций	Практических (семинарских занятий)	Лабораторных занятий	Самостоятельная работа
	Всего	17	17		74
	В том числе в интерактивной форме	4 ч.	4 ч.		

Формы самостоятельной работы студентов	Самостоятельная подготовка к темам практических занятий, рефераты, доклады.
Формы отчетности (в т.ч. по семестрам)	Зачет в 6 семестре

Декан факультета ИС, ФиА И.К. Шахбанова

Зав. кафедрой ЭБ,НиБИ У.А. Джабраилов