

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
(МОДУЛЯ)/ПРАКТИКИ**

РЫНКИ ИКТ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ

наименование дисциплин (модуля)/практики

Автор: Перекрестов В. А.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.03.05 Бизнес-информатика, профиль Бизнес-аналитика

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенции:

- умение консультировать заказчиков по совершенствованию бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия (ПК-20);
- способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка (ПК-25);
- способность разрабатывать бизнес-планов создания новых бизнесов на основе инноваций в сфере ИКТ (ПК-26).

План курса:

Тема 1. Предмет и задачи курса

Цели и задачи курса. Основные понятия. Перспективы рынка информационных технологий.

Тема 2. Особенности продуктов информационных технологий.

Специфика отрасли информационных технологий. Виды продукции. Назначение. Особенности информационных продуктов.

Тема 3. Структура коммерческого подразделения и его функции.

Структура и функции коммерческого подразделения: отдел маркетинга, отдел рекламы, отдел продаж.

Тема 4. Подготовка, планирование и организация продаж.

Разработка маркетинговой политики. Стратегические цели. Источники информации. Взаимодействия со службами разработки и поддержки программных решений. Маркетинговые коммуникации в информационных технологиях. Реклама в информационных технологиях. Связи с общественностью в информационных технологиях. Интернет – маркетинг. Особенности работы с клиентами. Ценообразование: методы расчета себестоимости и формирования цен. Обратная связь от клиентов. Особенности работы с клиентами. Работа с поставщиками готовых решений в информационных технологиях. Методы оценки эффекта от внедрения информационных технологий. Особенности налогообложения организаций, работающих в области информационных технологий.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

В результате освоения дисциплины обучающийся знает, умеет, владеет:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПК-20. 3	На уровне знаний знать: - особенности рынка информационных технологий; - нормативные документы, регламентирующие применение информационных технологий; - знать основы маркетинга и рекламы.
	На уровне умений уметь: - разрабатывать маркетинговую стратегию, строить маркетинговые, рекламные планы, планы продаж; - взаимодействовать с поставщиками готовых решений в области информационных технологий.
	На уровне навыков владеть: - навыками формирования стратегии маркетинга и продаж, планов маркетинга и рекламы, планов продаж, продвижения продукции через Интернет.
ПК-25.2	На уровне знаний знать: - особенности рынка информационных технологий; - нормативные документы, регламентирующие применение информационных технологий; - знать основы маркетинга и рекламы.
	На уровне умений уметь: - разрабатывать маркетинговую стратегию, строить маркетинговые, рекламные планы, планы продаж; - взаимодействовать с поставщиками готовых решений в области информационных технологий.
	На уровне навыков владеть: - навыками формирования стратегии маркетинга и продаж, планов маркетинга и рекламы, планов продаж, продвижения продукции через Интернет.
ПК-26.3	На уровне знаний знать: - знать особенности рынка информационных технологий; - нормативные документы, регламентирующие применение информационных технологий; - знать основы маркетинга и рекламы;
	На уровне умений уметь: - разрабатывать маркетинговую стратегию, строить маркетинговые, рекламные планы, планы продаж; - взаимодействовать с поставщиками готовых решений в области информационных технологий.
	На уровне навыков владеть: - навыками формирования стратегии маркетинга и продаж, планов маркетинга и рекламы, планов продаж, продвижения продукции через Интернет.

Информационные технологии, программное обеспечение, материально-техническая база, оценочные средства, необходимые для освоения дисциплины, адаптированы для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Основная литература:

1. Информационные технологии: учебник, Под ред. В. В. Трофимова. Изд: Юрайт, 2011.
2. Е.П. Гарина, О.В. Медведева, Е.В. Шпилевская. Основы предпринимательской деятельности. – М.: Феникс, 2008.