

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Экономический факультет

Кафедра Бизнес-информатики и математических методов в экономике

УТВЕРЖДАЮ

Декан экономического факультета



Узун И.Н.

(подпись)

« 05 » 09 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б1.О.20 «Рынки ИКТ и организация продаж»

на 2024-2025 учебный год

Направление подготовки

38.03.05 Бизнес-информатика

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки

Электронный бизнес

(наименование профиля подготовки)

Квалификация выпускника – Бакалавр

Форма обучения – очная

Год набора – 2022

Тирасполь 2024

Рабочая программа дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта ВО по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика и основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) по профилю подготовки Электронный бизнес.

Составитель рабочей программы

Старший преподаватель кафедры
бизнес-информатики и математических
методов в экономике

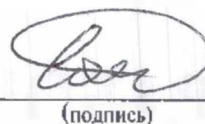


А.В. Дорошенко

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры бизнес-информатики и математических методов в экономике
«03» сентября 2024 г., протокол № 1

Зав. кафедры-разработчика

И. о. зав. кафедрой бизнес-информатики
и математических методов в экономике, доцент
«03» сентября 2024 г., протокол № 1



Л.Ю. Надькин

Зав. выпускающей кафедрой

И. о. зав. кафедрой бизнес-информатики
и математических методов в экономике, доцент
«03» сентября 2024 г.



Л.Ю. Надькин

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» является формирование у обучающихся представлений о принципах функционирования рынков информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, характеристиках программных и аппаратных компонент, предлагаемых на рынках, вопросах ценообразования и организации продаж; изучение методов проведения исследования и анализа рынка информационных систем и ИКТ.

Для достижения перечисленных целей при изучении дисциплины ставятся следующие задачи:

- формирование у студентов системного видения организации профессиональной деятельности на рынке информационных продуктов и услуг;
- умение проводить комплексную оценку качества информационных продуктов и услуг;
- выработка навыков разработки стратегии автоматизации организации в условиях современной конкурентной среды.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.20 «Рынки ИКТ и организация продаж» относится к Блоку 1 обязательной части основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 38.03.05 Бизнес-информатика и по профилю подготовки Электронный бизнес.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций приведенных в таблице ниже:

Категория (группа) компетенций	Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Универсальные компетенции и индикаторы их достижения		
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИД-1 УК-10 Знает базовые принципы функционирования экономики и механизмов основных видов государственной социально-экономической политики.
Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения		
Научное мышление	ОПК-2. Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом	ИД-2 _{ОПК-2} Умеет выбирать современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства при решении задач профессиональной деятельности. ИД-3 _{ОПК-2} Владеет навыками применения современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности.
Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения		

Концептуальное, функциональное и логическое проектирование систем среднего и крупного масштаба и сложности	ПК-2 Способен проводить анализ требований к подбору и разработке программного обеспечения	ИД-1 _{ПК-2} Знает особенности информационно коммуникационных технологий; возможности использования информационно коммуникационных технологий для управления бизнесом. Основные функции информационного бизнеса. - ИД-4 _{ПК-2} Знает необходимые возможности ин-формационных технологий и информационных систем, для проведения обследования предприятия, приобретения, внедрения и эксплуатации ИТ и ИС как на уровне главы предприятия, разрабатывающего стратегию использование ИС для автоматизации управления предприятием, так и на уровне исполнителя, который реализует ИТ стратегию, выполняя действия, необходимые для управления приобретением, внедрением, поддержкой эксплуатации и выводом системы из эксплуатации.
Управление линейкой продуктов и группой их менеджеров	ПК-16 Способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка	ИД-3 _{ПК-16} Знает тенденции становления и развития информационного бизнеса в России и в мире; Особенности, виды и основные характеристики информационного продукта, информационной услуги
	ПК-18 Способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг	ИД-2 _{ПК-18} Владеет методами позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке. ИД-8 _{ПК-18} Владеет методами позиционирования электронного предприятия на глобальном рынке. Формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями. Методами организации продаж в среде Интернет.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по семестрам:

Семестр	Количество часов						Форма итогового контроля
	Трудоемкость, з.е./часы	В том числе					
		Аудиторных				Самост. работы	
		Всего	Лекций	Лаб. раб.	Практич. занятия		
6	2/72	48	24	-	24	24	Зачет
Итого:	2/72	48	24	-	24	24	Зачет

4.2. Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеауд. работа (СР)
			Л	ЛР	ПЗ	
1.	Методологические подходы к изучению рынков	6	2	-	-	4
2.	Основные понятия рынка информационно-коммуникационных услуг	18	6	-	6	6
3.	Основные понятия и особенности промышленного рынка программных продуктов	14	2	-	6	6
4.	Сегментирование рынка потребителей программных продуктов	20	10	-	6	4
5.	Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов	14	4	-	6	4
Итого:		72	24	-	24	24
Всего:		72				

4.3. Тематический план по видам учебной деятельности

Лекции

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема лекции	Учебно-наглядные пособия
Раздел 1. Методологические подходы к изучению рынков				
1.	1	2	Признаки классификации рыночных структур. Типы рынков согласно классификации по экономическому назначению объектов рыночных отношений. Рынки по степени зрелости. Типы рынков по степени ограниченности конкуренции.	Использование доски, проектора
Итого по разделу часов		2		
Раздел 2. Основные понятия рынка информационно-коммуникационных услуг				
2.	2	2	Рынок информационно-коммуникационных технологий и его составляющие. Структура рынка ИКТ в трактовке ЕИТО. Структура рынка ИКТ в трактовке IDC. Структура рынка ИКТ в трактовке ITU.	Использование доски, проектора
3.	2	2	Характеристика рынка информационно-коммуникационных технологий. Условия для существования и функционирования рынка программных продуктов.	Использование доски, проектора
4.	2	2	Этапы создания информационного продукта или услуги. Жизненный цикл информационных технологий. Модели жизненного цикла информационных технологий.	Использование доски, проектора
Итого по разделу часов		6		
Раздел 3. Основные понятия и особенности промышленного рынка программных продуктов				
5.	3	2	Основные тренды рынка информационно-коммуникационных технологий. Промышленный и потребительский рынок программных продуктов. Участники рынка программных продуктов.	Использование доски, проектора
Итого по разделу часов		2		

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема лекции	Учебно- наглядные пособия
Раздел 4. Сегментирование рынка потребителей программных продуктов				
6.	4	2	Маркетинг программных продуктов и услуг. Понятие интернет-маркетинга. Состав работ в интернет-маркетинге. Продвижение программных продуктов в сети Интернет.	Использование доски, проектора
7.	4	2	Разработка стратегии интернет-маркетинга. Стратегические маркетинговые решения: сегментирование, таргетирование, позиционирование. Методы сегментирования.	Использование доски, проектора
8.	4	2	Планирование рекламной кампании. Привлечение трафика. Поисковая оптимизация (SEO). CPA-сети. Стимулирование сбыта.	Использование доски, проектора
9.	4	2	Реклама в сети интернет. Контекстная реклама. Баннерная реклама. Social Media Marketing (SMM). Маркетплейсы. Медийная реклама.	Использование доски, проектора
10.	4	2	Сервисы автоматизации рекламных кампаний. Аналитика рекламных кампаний. Сервисы веб-аналитики. Сервисы сквозной аналитики.	Использование доски, проектора
Итого по разделу часов		10		
Раздел 5. Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов				
11.	5	2	Ценообразование на рынках ИКТ. Основные виды цен на информационном рынке. Основные подходы к политике ценообразования. Основные этапы процесса ценообразования. Методы, используемые в ценообразовании.	Использование доски, проектора
12.	5	2	Организация продаж на рынках ИКТ. Лицензирование на рынке ИКТ. Электронная коммерция. Технологии легального распространения программных продуктов.	Использование доски, проектора
Итого по разделу часов		4		
ИТОГО:		24		

Практические занятия

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема практического занятия	Учебно- наглядные пособия
Раздел 2. Основные понятия рынка информационно-коммуникационных услуг				
1.	2	2	Исследование рынка информационных продуктов и услуг.	Учебное методическое пособие
2.	2	2	Исследование российского рынка инфраструктурного программного обеспечения и перспектив его развития.	Учебное методическое пособие
3.	2	2	Анализ конкуренции на мировом рынке ИКТ. Аналитический обзор ИТ-отрасли.	Учебное методическое пособие

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов	Тема практического занятия	Учебно-наглядные пособия
Итого по разделу часов		6		
Раздел 3. Основные понятия и особенности промышленного рынка программных продуктов				
4.	3	2	Системы профессионального анализа рынков и компаний. ИТ-решения компании, анализ внутренней и внешней среды компании.	Учебное методическое пособие
5.	3	2	Сравнительный анализ сервисов для планирования ресурсов предприятия.	Учебное методическое пособие
6.	3	2	ИТ-сервисы в электронной торговле и в электронном бизнесе.	Учебное методическое пособие
Итого по разделу часов		6		
Раздел 4. Сегментирование рынка потребителей программных продуктов				
7.	4	2	Анализ покупательского поведения потребителей. Методы определения и удовлетворения целевого рынка.	Учебное методическое пособие
8.	4	2	Оценка эффективности маркетинговой деятельности фирмы.	Учебное методическое пособие
9.	4	2	Изучение динамики и прогнозирования процессов сбыта, запасов и других тенденций средствами MS Excel.	Учебное методическое пособие
Итого по разделу часов		6		
Раздел 5. Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов				
10.	5	2	Прогнозирование продаж в MS Excel. Расчёт прогноза продаж с учетом роста и сезонности. Методы и формулы прогнозирования.	Учебное методическое пособие
11.	5	2	Расчёт товарного ассортимента программных продуктов с применением ABC и XYZ анализа в MS Excel.	Учебное методическое пособие
12.	5	2	Оценка рентабельности программных продуктов с помощью матрицы БКГ. Построение и анализ в MS Excel.	Учебное методическое пособие
Итого по разделу часов		6		
ИТОГО:		24		

Самостоятельная работа студента

Раздел дисциплины	№ п/п	Тема и вид СРС	Трудоемкость (в часах)
Раздел 1	1.	Классификация рыночных структур. Работа с основной и дополнительной литературой	4
Итого по разделу часов:			4
Раздел 2	2.	Исследование рынка информационных продуктов и услуг. Подготовка реферативного доклада.	6
Итого по разделу часов:			6

Раздел 3	3.	Участники рынка программных продуктов. Работа с информационными ресурсами.	6
Итого по разделу часов:			6
Раздел 4	4.	Сегментирование рынка корпоративных продаж. Подготовка к занятиям практического цикла.	4
Итого по разделу часов:			4
Раздел 5	5.	Методы, используемые в ценообразовании. Работа с основной и дополнительной литературой	4
Итого по разделу часов:			4
Итого по разделу часов:			
Итого:			24

Вид занятия: лекция, практические работы, самостоятельная работа.

Учебно-наглядные пособия: презентации, электронное методическое пособие.

5. Примерная тематика курсовых работ

В соответствии с учебным планом не предусмотрены.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями

№ п/п	Наименование учебника, учебного пособия	Автор	Год издания	Кол-во экземпляров	Электронная версия	Место размещения электронной версии
Основная литература						
1.	Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж	Наумов В.Н.	2022	-	+	Электронно-библиотечная система (вход с ПГУ) – https://ibooks.ru/bookshelf/361574/
2.	Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж	Замотайлова Д.А., Попова Е. В., Попок Л. Е., Раневская В. С.	2020	-	+	Moodle: Лань: электронно-библиотечная система – https://e.lanbook.com/book/254300
Дополнительная литература						
1.	Рынки информационно-коммуникационных технологий	Замятин Н. В.	2018	-	+	Moodle: Лань: электронно-библиотечная система – https://e.lanbook.com/book/313553
2.	Цифровая экономика: как информационно-коммуникационные технологии влияют на рынки, бизнес и инновации	Оверби Харальд	2022	-	+	Электронно-библиотечная система (вход с ПГУ) – https://ibooks.ru/bookshelf/396862
Итого по дисциплине: % печатных изданий-100; % электронных- 100.						

6.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

- Офисные приложения: пакет MS Office
- Образовательный портал «Электронный университет ПГУ» Moodle
- Интернет-издание о высоких технологиях – CNews <https://www.cnews.ru/>
- TAdviser – портал выбора технологий и поставщиков <https://www.tadviser.ru/>

6.3. Методические указания и материалы по видам занятий.

Методические указания по выполнению практических работ (электронный вариант).

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Компьютерные классы для проведения практических занятий, оборудованные выходом в Интернет. Техническое оборудование: проектор и компьютер для чтения лекций.

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

Обучение складывается из аудиторных занятий, включающих лекционный курс, практические занятия и самостоятельной работы. Основное учебное время выделяется на практические занятия по закреплению знаний и получении практических навыков.

Работа с учебной литературой рассматривается как вид учебной работы по дисциплине и выполняется в пределах часов, отводимых на её изучение (в разделе СРС). Каждый обучающийся обеспечен доступом к библиотечным фондам университета и кафедры.

Самостоятельная работа студентов подразумевает подготовку к практическим занятиям, промежуточному тестированию и включает работу с учебной литературой, выполнение индивидуальных заданий.

Текущий контроль усвоения предмета определяется устным опросом в ходе занятий, ответами на тестовые задания. В конце изучения учебной дисциплины проводится контроль знаний в виде зачета.

Рабочая учебная программа по дисциплине «Рынки ИКТ и организация продаж» составлена в соответствии с требованиями Федерального Государственного образовательного стандарта ВО по направлению 38.03.05 «Бизнес-информатика» и учебного плана по профилю подготовки «Электронный бизнес».

9. Технологическая карта дисциплины

Курс 3 группа ЭФ22ДР62ЭБ1 (301) семестр 6

Преподаватель – лектор Дорошенко А.В.

Преподаватели, ведущие практические занятия Дорошенко А.В.

Кафедра – Бизнес-информатики и математических методов в экономике