

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.09.2021 14:45:14
Уникальный программный ключ:
24f866be2aca16484036a8cbb3c509a9531e605f

Одобрена
на заседании кафедры

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

26.12.2019 г.
протокол № 5
Зав. кафедрой Капустина Л.М.

Утверждена
Советом по учебно-методическим вопросам
и качеству образования

15 января 2020 г.
протокол № 5



(Handwritten signature)
Карх Д.А.
(подпись)

Председатель

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|-------------------------|---|
| Наименование дисциплины | Маркетинг рынков ИКТ и организация продаж |
| Направление подготовки | 38.03.05 БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА |
| Профиль | Цифровой бизнес |
| Форма обучения | очная |
| Год набора | 2020 |
| Разработана: | |
| Доцент, к.с.н. | |
| Попова О.И. | |

Екатеринбург
2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----------|
| ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | 3 |
| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП | 3 |
| 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ | 3 |
| 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП | 3 |
| 5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН | 4 |
| 6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ | 5 |
| 7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 7 |
| 8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ | 9 |
| 9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | 9 |
| 10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ | 10 |
| 11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ | 11 |

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

| | |
|---------|---|
| ФГОС ВО | Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.05 БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 11.08.2016 г. № 1002) |
| ПС | |

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование у студентов маркетинговых компетенций на основе информационно-коммуникационных технологий, навыков сбора, обработки и анализа большого массива данных с помощью сети Интернет и компьютерных программ

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

| Промежуточный контроль | Часов | | | | | З.е. |
|------------------------|------------------|--------------------------------|--------|---|--|------|
| | Всего за семестр | Контактная работа (по уч.зан.) | | | Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых | |
| | | Всего | Лекции | Практические занятия, включая курсовое проектирование | | |
| Семестр 5 | | | | | | |
| Зачет | 144 | 56 | 28 | 28 | 88 | 4 |

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Профессиональные компетенции (ПК)

| Шифр и наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенций |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| аналитическая | |

| | |
|--|---|
| <p>ПК-2 проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий</p> | <p>ИД-1.ПК-2 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основные понятия, методы работы с информационными сервисами; - основные методы сравнительного и системного анализа. - историю создания и развития автоматизированных информационных систем - ключевых представителей рынка ИС и ИКТ - основные стадии и этапы жизненного цикла программного средства; структуру программы и модульного программирования; методы разработки структуры программы; порядок разработки программного модуля; понятие структурного программирования <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -разрабатывать контент с неопределенными свойствами - проводить анализ рынка информационных систем и информационно- коммуникативных технологий - использовать корпоративные автоматизированные системы - проводить исследование рынка ИС и ИКТ - принципиально спланировать и осуществить исследование и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий <p>Владеть навыками (трудовые действия)</p> <ul style="list-style-type: none"> -основными методами работы с информационными ресурсами. - навыками анализа рынка информационных систем и информационно- коммуникативных технологий - навыками проведения исследования и анализа рынка ИС и ИКТ - методами исследования потребителей, конкурентов и других субъектов маркетинговой среды фирмы; технологиями формирования структуры маркетинговых исследований; приемами сбора и |
|--|---|

организационно-управленческая

| | |
|---|---|
| <p>ПК-10 умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")</p> | <p>ИД-1.ПК-10 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рынки программно-информационных продуктов и услуг; - современные методы внедрения предпринимательской деятельности в интернет, тенденции развития программной, аппаратной и организационной инфраструктуры электронных предприятий, экономику и менеджмент электронного предприятия <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; - формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями; - организовывать продажи в среде Интернет <p>Владеть навыками (трудовые действия)</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 |
|---|---|

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Тема | Часов | | | | | | |
|-----------|-------------------|-------------|--------------------------------|--------------|----------------------|----------------|---------------------------------|
| | Наименование темы | Всего часов | Контактная работа (по уч.зан.) | | | Самост. работа | Контроль самостоятельной работы |
| | | | Лекции | Лабораторные | Практические занятия | | |
| Семестр 5 | | 24 | | | | | |

| | | | | | | | |
|-----------|---|----|---|--|---|----|--|
| Тема 1. | Анализ рынка как этап маркетинговой стратегии предприятия на рынке ИКТ. | 24 | 4 | | 4 | 16 | |
| Семестр 5 | | 22 | | | | | |
| Тема 2. | Количественные методы анализа рынков ИКТ. | 22 | 6 | | 6 | 10 | |
| Семестр 5 | | 22 | | | | | |
| Тема 3. | Методика поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ. | 22 | 6 | | 6 | 10 | |
| Семестр 5 | | 28 | | | | | |
| Тема 4. | Средства информационно-коммуникационных технологий для продвижения товаров и услуг. | 28 | 6 | | 6 | 16 | |
| Семестр 5 | | 26 | | | | | |
| Тема 5. | Средства информационно-коммуникационных технологий для организации продаж | 26 | 4 | | 2 | 20 | |
| Семестр 5 | | 22 | | | | | |
| Тема 6. | Подготовка отчетов о маркетинговой деятельности на рынке ИКТ. | 22 | 2 | | 4 | 16 | |

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

| Раздел/Тема | Вид оценочного средства | Описание оценочного средства | Критерии оценивания |
|--|-------------------------|---|---------------------|
| Текущий контроль (Приложение 4) | | | |
| Анализ рынка как этап маркетинговой стратегии предприятия на рынке ИКТ | Тест Приложение 4 | Тест содержит 10 вопросов | 10 б. |
| Промежуточный контроль (Приложение 5) | | | |
| 5 семестр (За) | Проект Приложение 5 | Защита проекта по организации продаж с использованием ИКТ | 100 б. |

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

| Показатель оценки | По 5-балльной системе | Характеристика показателя |
|-------------------|-----------------------|--|
| 100% - 85% | отлично | обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне |
| 84% - 70% | хорошо | обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.) |
| 69% - 50% | удовлетворительно | обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно. |
| 49 % и менее | неудовлетворительно | обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения |
| 100% - 50% | зачтено | характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» |
| 49 % и менее | не зачтено | характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно» |

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

| |
|--|
| <p>Тема 1. Анализ рынка как этап маркетинговой стратегии предприятия на рынке ИКТ.</p> <p><u>Маркетинговые стратегии в деятельности компании.</u></p> |
| <p>Тема 2. Количественные методы анализа рынков ИКТ.</p> <p><u>Количественные методы анализа рынков ИКТ на рынках B2B и B2C.</u></p> |
| <p>Тема 3. Методика поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ. Методика поиска данных о рынке ИКТ.</p> |
| <p>Тема 4. Средства информационно-коммуникационных технологий для продвижения товаров и услуг.</p> <p><u>Средства информационно-коммуникационных технологий для продвижения товаров и услуг на рынках B2B и B2C.</u></p> |
| <p>Тема 5. Средства информационно-коммуникационных технологий для организации продаж <u>Маркетинговые инструменты в продажах</u></p> |
| <p>Тема 6. Подготовка отчетов о маркетинговой деятельности на рынке ИКТ. <u>Виды отчетов.</u></p> |

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

| |
|--|
| <p>Тема 1. Анализ рынка как этап маркетинговой стратегии предприятия на рынке ИКТ.</p> <p><u>Методы анализа рынка с помощью ИКТ.</u></p> |
| <p>Тема 2. Количественные методы анализа рынков ИКТ.</p> <p><u>Компьютерные программы и сервисы для сбора и обработки данных.</u></p> |
| <p>Тема 3. Методика поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ. Методика обработки данных о рынке ИКТ.</p> |
| <p>Тема 4. Средства информационно-коммуникационных технологий для продвижения товаров и услуг.</p> <p><u>Возможности размещения рекламы в сети Интернет.</u></p> |
| <p>Тема 5. Средства информационно-коммуникационных технологий для организации продаж <u>Маркетинг и организация продаж 2</u></p> |
| <p>Тема 6. Подготовка отчетов о маркетинговой деятельности на рынке ИКТ. <u>Составления отчетов с использованием ИКТ</u></p> |

7.3. Содержание самостоятельной работы

| |
|---|
| <p>Тема 1. Анализ рынка как этап маркетинговой стратегии предприятия на рынке ИКТ.</p> <p><u>Система маркетинговых стратегий компании.</u></p> |
| <p>Тема 2. Количественные методы анализа рынков ИКТ.</p> <p><u>Проведение анализ рынка с помощью компьютерных программ.</u></p> |
| <p>Тема 3. Методика поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ. <u>Поиск данных в сети Интернет. Поисковые системы и сервисы.</u></p> |
| <p>Тема 4. Средства информационно-коммуникационных технологий для продвижения товаров и услуг.</p> <p><u>Возможности размещения рекламы в социальных сетях.</u></p> |
| <p>Тема 5. Средства информационно-коммуникационных технологий для организации продаж <u>Информационно-коммуникационные технологии в организации продаж</u></p> |

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
Не предусмотрена

7.4. Электронное портфолио обучающегося
Не размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Не предусмотрена

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
Не предусмотрена

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Акулич М. В.. Интернет-маркетинг:учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент" и "Торговое дело" (уровень бакалавриата). - Москва: Дашков и К°, 2016. - 352 с.
2. Молодецкая С. Ф.. Компьютерные технологии в маркетинге:учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2016. - 86 с.
3. Акулич М. В.. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]:Учебник для бакалавров. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2016. - 352 с. – Режим доступа: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/541640>

4. Наумов В.Н.. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 404 с. – Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/995939>

Дополнительная литература:

1. Карпова С. В., Бугакова Н. П., Константиныди Х. А., Никитас Д. В., Поляков В. А., Рожков И. В., Жильцова О. Н.. Информационные технологии в маркетинге [Электронный ресурс]: Учебник и практикум. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 367 – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432127>

2. Трофимов В. В., Ильина О. П., Трофимова Е. В., Кияев В. И., Приходченко А. П., Трофимов В. В.. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учебник для академического бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям. - Москва: Юрайт, 2018. - 542 с.

3. Трофимов В. В., Ильина О. П., Трофимова Е. В., Кияев В. И., Трофимов В. В.. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учебник для студентов, обучающихся по экономическим специальностям. - Москва: Высшее образование, 2006. - 480 с.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионное программное обеспечение:

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Microsoft Project. Акт предоставления прав № Tr020776 от 07.04.2017. Срок действия лицензии - 07.02.2020.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии - без ограничения срока

-Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 194-У-2019 от 09.01.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2020

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии - без ограничения срока

-Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 194-У-2019 от 09.01.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2020

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.