

Рабочая программа дисциплины **«Рынки ИКТ и организация продаж»** для обучающихся по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика (Профиль: Аналитика и управление данными) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от «29» июля 2020 г. № 838 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:
доцент кафедры бизнес-информатики,
канд. экон. наук, доцент



А.В. Меркулова

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры бизнес-информатики.
Протокол от 26.03.2024 г. №8

Заведующий кафедрой



Т.О. Загорная

СОГЛАСОВАНО:

Декан учетно-финансового факультета
28.03.2024 г.



Н. В. Алексеенко

Учебно-методическая комиссия учетно-финансового факультета.
Протокол от 27.03.2024 г. № 7.
Председатель



А. А. Блажевич

Руководитель основной профессиональной
образовательной программы,
д-р экон. наук, проф.
26.03.2024 г.



Т.О. Загорная

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной: дисциплины программы бакалавриата: «Теоретические основы информатики», «Введение в бизнес-информатику».

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

«Электронная коммерция», «Экономика предприятий ИТ-сектора», используются при прохождении преддипломной практики и написании выпускной квалификационной работы.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	38.03.05 Бизнес-информатика (Профиль: Аналитика и управление данными)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.Б.М7.3 Рынки ИКТ и организация продаж
Часть образовательной программы	Базовая (обязательная) часть: Бизнес, движимый информатикой
Количество зачетных единиц / всего часов	4 / 144

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	2	3	17	34	-	93	144	зачет
Очно-заочная	2	4	10	10	-	122	144	зачет

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование у студентов системного представления о развитии рынка инноваций как новом для отечественной науки и практики механизме распространения наукоемкой продукции и технологий, расширение и углубление их знаний, умений и навыков в области маркетинговой деятельности с акцентом на специфику функционирования рынка инноваций.

Задачи:

- обзор проблем развития рынка инноваций с позиций повышения инновационной активности отечественной экономики;
- изучение специфики инновационных продуктов и проблем формирования воспринимаемой потребителями ценности новинок;
- изучение характеристик рынка инноваций с систематизацией основных элементов и функций его инфраструктуры;
- формирование понимания сущности и специфики маркетинга инноваций;

– развитие навыков применения инструментов маркетинга на рынке инноваций с акцентом на методические аспекты поиска возможных сфер использования инновационных продуктов и технологий и повышения эффективности маркетинговых коммуникаций.

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Общепрофессиональные компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ОПК-2. Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом	ОПК-2.И-2. Выявляет бизнес-потребности в информационном обеспечении и формализует требования к ИТ-решениям.	ОПК-2.И-2.1. Знать основные ИС и ИКТ управления бизнесом; основные методы внедрения и организации эксплуатации корпоративных ИС и ИКТ; рынки программно-информационных продуктов и услуг; лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг; ОПК-2.И-2.2. Умеет выбирать рациональные ИС и ИКТ для управления бизнесом; 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

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
1. Рынок ИКТ: структура, понятия, тенденции и направления развития	Рассмотрена структура, основные понятия, тенденции и направления развития рынка информационно-коммуникационных технологий
2. Информационный продукт, его особенности, виды	Современные технологии создания информационного продукта. Проектирование информационных модулей. Аналитико-синтетические способы обработки информации. Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг. Экономическая эффективность информационного бизнеса. Оценка конкурентоспособности информационного продукта и информационной услуги: показатели, методика оценки.
3. Система и методы анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий	Рассматривается система, и методы анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий

4. Маркетинговые исследования и ИКТ	Концепция маркетинговых исследований, методы моделирования прикладных процессов и предметной области продаж ИКТ на основе маркетинговой информации
5. Анализ и его виды в управлении бизнесом	Методика анализа и рационального выбора ИС и ИКТ для управления бизнесом
6. Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов	Модель цены. Факторы ценообразования на рынке ИКТ.
7. Система организации продаж и продвижения продукции ИКТ.	Практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг. Презентация информационной системы ИКТ
8. Коммуникационная политика на рынке ИКТ	Управление коммуникационной политикой, стимулирование продаж
9. Жизненный цикл информационных систем	Организация взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 3

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
1. Рынок ИКТ: структура, понятия, тенденции и направления развития	2	4	-	10	16
2. Информационный продукт, его особенности, виды	2	4		10	16
3. Система и методы анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий	2	4	-	10	16
4. Маркетинговые исследования и ИКТ	2	4	-	10	16
5. Анализ и его виды в управлении бизнесом	2	4	-	10	16
6. Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов	2	4		10	16
7. Система организации продаж и продвижения продукции ИКТ.	2	4	-	10	16
8. Коммуникационная политика на рынке ИКТ	1	2	-	13	16
9. Жизненный цикл информационных систем	2	4	-	10	16
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	17	34	-	93	144

6.2. Форма обучения – очно-заочная, курс – 2, семестр – 4

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
1. Рынок ИКТ: структура, понятия, тенденции и направления развития	2	2	-	10	14
2. Информационный продукт, его особенности, виды	1	1	-	14	16
3. Система и методы анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий	1	1	-	14	16
4. Маркетинговые исследования и ИКТ	1	1	-	14	16
5. Анализ и его виды в управлении бизнесом	1	1	-	14	16
6. Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов	1	1	-	12	16
7. Система организации продаж и продвижения продукции ИКТ.	1	1	-	14	146
8. Коммуникационная политика на рынке ИКТ	1	1	-	14	16
9. Жизненный цикл информационных систем	1	1	-	14	16
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	10	10	-	122	144

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**7.1. Контрольные вопросы**

1. Концепции современного маркетинга инноваций.
2. Методы генерирования инновационных идей.
3. Достоинства и недостатки индивидуальных и групповых методов генерирования инновационных идей.
4. Организация управления инновациями в организации. Место МИС в системе управления инновациями.
5. Социальные роли во внутриорганизационном маркетинге инноваций.
6. Этапы инновационного развития.
7. Современные концепции диффузии инноваций.
8. Теория ЖТЦ и диффузия инноваций.
9. Теория ЖЦТ и поведение потребителей.
10. Современные концепции поведения потребителей.
11. Особенности управления распространением инноваций.
12. Проблемы восприятия инноваций потребителями. Типы потребителей.
13. Барьеры для восприятия инноваций. Управление вниманием потребителя.
14. Понятие инновационного маркетинга.
15. Особенности управления распространением информации в социальных сетях.
16. Проблема коммерциализации инноваций.
17. Проблема эффективности новых видов МК. Соотношение маркетинговых и экономических показателей.
18. Понятие клиентоориентированного маркетинга.
19. Показатели клиентоориентированного маркетинга.

20. Построение долгосрочных отношений с клиентами и продвижение инноваций.
21. Показатели эффективности маркетинга: чистая прибыль от маркетинга и рентабельность маркетинга.
22. Инновационное развитие компании и управление маркетингом.
23. Инновационные ориентации компании.

7.2. Темы рефератов

1. Информационная революция и политика. Современных тенденций развития.
2. Эволюция теорий информационного общества. Демаркация теорий постиндустриального общества, информационного общества и общества знаний.
3. Конфликты и противоречия информационной цивилизации и современных тенденций развития.
4. Проблема «кибернетического человека»
5. Угрозы и риски информационной революции: цифровое неравенство, безопасность личности, общества, государства, кибер-терроризм и кибер-преступность.
6. Интернет-свобода или Интернет-зависимость: что нас ждет?
7. Основные составляющие информационной безопасности.
8. Принципы защиты информации.
9. Роль государства в обеспечении информационной безопасности
10. Роль государства в формировании культурных ценностей и ориентиров в молодежной среде.
11. Роль государства в сохранении традиционных ценностей старшего поколения.
12. Актуальное законодательство в сфере цифровых технологий.
13. Информационная индустрия: основные понятия
14. Место и роль информационной индустрии в общественном производстве
15. Структурные изменения, происходящие в информационной индустрии
16. Государственная политика в сфере формирования и развития научно технического и производственного потенциала информационной индустрии

7.3. Темы письменных работ (типы задач)

В середине семестра проводится промежуточная контрольная работа. Задание включает в себя 2 пункта:

1. *Раскрыть сущность следующих понятий:* информация, информационные технологии, коммуникация, информационно-коммуникационные технологии, информационная инфраструктура, коммуникационная инфраструктура.
2. *Дать развернутый ответ на вопросы:*
 1. Рынок информационно-коммуникационных технологий и его составляющие.
 2. Ценообразование в сфере ИТ
 3. Классификация технические средства информационных технологий
 4. Изменение характера труда в цифровой экономике

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

Виды работ	Баллы
------------	-------

Организационно-учебная работа студента в аудитории	80
Самостоятельная (индивидуальная) работа	10
Контрольная работа	10
Общий итог за семестр	100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - экзамен и зачет проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учетом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия по дисциплине «Рынки ИКТ и организация продаж» проводятся в 8-м учебном корпусе (г. Донецк, ул. Челюскинцев, д. 198а) университета. Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Индивидуальные и групповые консультации студентам для проведения самостоятельной работы предоставляются на кафедре бизнес-информатики, находящейся в 8 учебном корпусе (ауд. 518).

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методическом кабинете 8-го учебного корпуса (ауд. 105), материально-техническую базу учебной лаборатории «Бизнес-информатики» кафедры «Бизнес - информатики».

В процессе обучения студенты имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине «Рынки ИКТ и организация продаж», размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

1. Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры [Текст] / С. В. Карпова [и др.]; под ред. С. В. Карповой. – М. : Юрайт, 2017. – 457 с.
2. Короткова, Т.Л. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для академического бакалавриата [Текст] / Т. Л. Короткова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2017. – 272 с.
3. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 1.: учебник и практикум для академического бакалавриата [Текст] / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общ. ред. Н. Н. Молчанова. – М. : Юрайт, 2017. – 257 с.
4. Маркетинг инноваций в 2 ч. Часть 2.: учебник и практикум для академического бакалавриата [Текст] / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общ. ред. Н. Н. Молчанова. – М.: Юрайт, 2017. – 275 с.
5. Синяева, О.М. Маркетинг инноваций в сфере торговли: теория, методология, практика: монография [Текст] / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова. – М.: Маркетинг, 2012. – 188 с.

6. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. Н.Н. Молчанова. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 528 с. – Серия: Бакалавр. Академический курс.

7. Управление проектами в переходной экономике: инвестиции, менеджмент. Сб. трудов междунар. Симпозиума Совнет 07, – М.: июнь, 2007 т. II, с. 412.

11.2. Дополнительная литература

1. Бурцева, Т.А. Управление маркетингом: Учебное пособие [Текст] / Т.А. Бурцева, В.С. Сизов, О.А. Цень. – М.: Экономистъ, 2008. – 224 с.

2. Инновационный менеджмент: учебник для академического бакалавриата [Текст] / Л.П. Гончаренко, Б.Т. Кузнецов, Т.С. Булышева, В.М. Захарова; под общ. ред. Л. П. Гончаренко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2016. – 487 с.

3. Куш, С. Маркетинг на b2b рынках. Отношенческий подход [Текст] / С.Куш, М.Смирнова. – М.: Высшая Школа Менеджмента, 2010. – 272 с.

4. Минетт, С. Маркетинг B2B и промышленный брэндинг [Текст] / С. Минетт. пер. с англ. – М.: Вильямс, 2008. – 208 с.

5. Райт, Р. В-2-В маркетинг. Пошаговое руководство [Текст] / Райт, Р.: пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 624 с.

6. Уэбстер, Ф. Основы промышленного маркетинга [Текст] / Ф. Уэбстер. – М.: Гребенников, 2005. – 416 с.

7. Бурцева, Т.А. Управление маркетингом: Учебное пособие [Текст] / Т.А. Бурцева, В.С. Сизов, О.А. Цень. – М.: Экономистъ, 2008. – 224 с.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Полные справочники по законодательству Российской Федерации. – URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

2. Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

3. Вестник Донецкого национального университета [Текст]: научный журнал. Серия В. Экономика и право. – URL: <http://donnu.ru/science/journals> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.

4. **eLIBRARY.RU**: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. –Текст: электронный.

5. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

6. **Национальная электронная библиотека (НЭБ)**: федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.

7. **Университетская библиотека онлайн** : электрон. библиотечная система. – ООО «Директ-Медиа», 2006. – URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

8. **ЭБС Юрайт**: электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

9. Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

10. **Электронно-библиотечная система ДонГУ**: сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

11. **Электронный архив ДонГУ**: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

12. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).