

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.В.ДВ.7.2 Маркетинг в IT-сфере

Направление подготовки: 02.03.03 "Математическое обеспечение и администрирование информационных систем"

Тип образовательной программы прикладной бакалавриат

Профиль: Общий

Форма обучения: очная

1. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью преподавания дисциплины «Маркетинг в IT-сфере» является формирование знаний и навыков по методологическим основам и практике маркетинга как комплексного подхода к управлению производством и реализацией услуг на рынках с учетом спроса и требований потребителей, а также по маркетингу как функции управления деятельностью в области теории и практики маркетинговой деятельности организаций, работающих в условиях рыночных отношений.

В задачи дисциплины входит

1. Получение базовых знаний о маркетинговых исследованиях рынка, потребителя; формировании товарной, ценовой, распределительной, коммуникационной политики организации, планирования и контроля маркетинга.

2. Изучение методов системного анализа рынка и его прогнозирования, знакомство с отечественным и зарубежным опытом маркетинговой деятельности.

3. Формирование навыков по разработке комплексных маркетинговых мер воздействия на рынок.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Маркетинг в IT-сфере» входит в базовую часть цикла общепрофессиональных дисциплин. Для изучения и освоения дисциплины нужны первоначальные знания из курсов микроэкономика-1/2, макроэкономика-1/2, менеджмента, эконометрики. Знания и умения, приобретенные студентами в результате изучения дисциплины, будут использоваться при выполнении курсовых и дипломных работ, а также в дальнейшей профессиональной деятельности.

3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля):

Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-5 - готовностью к использованию современных системных программных средств: операционных систем, операционных и сетевых оболочек, сервисных программ

В результате изучения дисциплины студент должен

Знать: сущность, принципы и функции маркетинга и направления его использования в условиях рыночной экономики; принципы сегментации и выбора целевых рыночных сегментов, окон или ниш; маркетинговые исследования для информационного обеспечения управления качеством услуг с целью доведения параметров услуги до уровня требований потенциальных покупателей целевого рынка и создания должной степени его конкурентоспособности; содержание и структуру маркетинговых программ; задачи персонала в связи с маркетинговой деятельностью; стратегии ценообразования; организацию и исполнение решений в маркетинге.

Уметь: собирать информацию о рынке; изучать потребителя; анализировать конкуренцию; сегментировать рынок; позиционировать услуги; управлять услугой и её жизненным циклом; разрабатывать предложения по повышению конкурентоспособности услуги; разрабатывать и интегрировать маркетинговые коммуникации; планировать маркетинговую деятельность; организовывать, оценивать и контролировать маркетинговую деятельность.

Владеть: методами оценки конкурентоспособности услуги, изучения рыночного спроса и требований конкретных потребителей к технико-экономическим и эстетическим параметрам услуги, ее качеству, новизне; методами исследования рынка; методами сбора первичной информации; приемами сегментации рынка; моделями позиционирования; моделями распределения услуги; методами продвижения услуги; приемами планирования маркетинга;

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы (разделяется по формам обучения)

Вид учебной работы	Всего часов / зачетных единиц	Семестры			
		8			
Аудиторные занятия (всего)	52	52			
В том числе:	-	-	-	-	-
Лекции	24	24			
Практические занятия (ПЗ)					
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)	24	24			
Самостоятельная работа (всего)					

В том числе:	-	-	-	-	-
Курсовой проект (работа)					
Расчетно-графические работы					
Реферат (при наличии)					
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>					
Вид промежуточной аттестации (<i>зачет, экзамен</i>)					
Контактная работа (всего)	52	52			
Общая трудоемкость	часы	52			
	зачетные единицы	2	2		

5. Разделы и темы дисциплин (модулей) и виды занятий

№ п/п	Наименов. раздела	Наименов. темы	Виды занятий в часах					Всего
			Лек.	Практ.	Семина	Лаб.	СРС	
1.	Раздел 1		2			2	2	6
2.	Раздел 2		3			3	2	8
3.	Раздел 3		2			2	2	6
4.	Раздел 4		3			3	2	8
5.	Раздел 5		2			2	2	6
6.	Раздел 6		2			2	2	6
7.	Раздел 7		3			3	2	8
8.	Раздел 8		2			2	2	6
9.	Раздел 9		3			3	2	8
10.	Раздел 10		2			2	2	6

6. Форма промежуточной аттестации

Зачёт в 8 семестре.