

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

Кафедра №82

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель направления

д.п.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

Н.В. Макарова

(подпись)

« 03 » 06 2019 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Рынки ИКТ и организация продаж»

(Название дисциплины)

Код направления	38.03.05
Наименование направления/ специальности	Бизнес-информатика
Наименование направленности	Архитектура предприятия
Форма обучения	Заочная

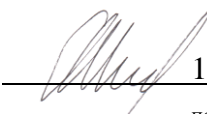
Санкт-Петербург 2019 г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил(а)

Ст. преподаватель

должность, уч. степень, звание


 15.05.19 г.
 подпись, дата

И.В. Усикова

инициалы, фамилия

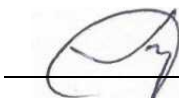
Программа одобрена на заседании кафедры № 82

«15» __ 05 __ 2019г, протокол № __ 10 __

Заведующий кафедрой № 82

Д.Э.Н., доц.

должность, уч. степень, звание


 15.05.19 г.
 подпись, дата

А.С. Будагов

инициалы, фамилия

Ответственный за ОП 38.03.05(02)

доц., к.т.н., доц.

должность, уч. степень, звание


 15.05.19 г.
 подпись, дата

И.В. Усикова

инициалы, фамилия

Заместитель директора института (декана факультета) № 8 по методической работе

доц., к.э.н., доц.

должность, уч. степень, звание


 15.05.19 г.
 подпись, дата

Л.Г. Фетисова

инициалы, фамилия

Аннотация

Дисциплина «Рынки ИКТ и организация продаж» входит в вариативную часть образовательной программы подготовки студентов по направлению «38.03.05 «Бизнес- информатика» направленность «Архитектура предприятия». Дисциплина реализуется кафедрой №82

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника профессиональных компетенций:

ПК-2 «проведение исследования и анализа рынка ИС и ИКТ»,

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с маркетингом в информационно-коммуникационных технологий, с анализом рынка высокотехнологичных продуктов и услуг, построением коммуникаций между создателями, поставщиками и потребителями высокотехнологичных продуктов и услуг.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Язык обучения по дисциплине русский.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

Цель настоящего курса – формирование у студентов системных знаний о методах анализа высокотехнологических рынков, о структуре рынка ИТ и об основных тенденциях его развития, о современном маркетинге в сфере информационно-коммуникационных технологий и услуг, об эволюции рынка ИКТ и деятельности наиболее крупных его игроков; получение студентами необходимых и навыков в области методов и технологий продвижения и продаж высокотехнологичных товаров, освоение ими методов и форм анализа целевых групп рынка ИКТ – потенциальных потребителей, партнеров, поставщиков.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

ПК-2 «проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий»:

знать – положение дел на современном рынке ИКТ,

- тенденции развития рынка ИКТ в России и за рубежом,

- методы и формы маркетинговых исследований на рынке высокотехнологичных товаров,

уметь – работать с информацией из различных источников,

- находить необходимые источники информации,

- анализировать и обобщать полученную информацию, владеть навыками анализа маркетинговой информации;

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина базируется на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- Работа в ИНТЕРНЕТ
- Информационные технологии в бизнесе
- Производственная практика
- Маркетинг

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:

- Производственная преддипломная практика
- Предметно-ориентированные информационные системы

3. Объем дисциплины в ЗЕ/академ. час

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 1

Таблица 1 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№7
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/(час)	3/ 108	3/ 108
Аудиторные занятия , всего час., В том числе	34	34
лекции (Л), (час)	17	17
Практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	17	17
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
Экзамен, (час)	36	36
Самостоятельная работа , всего	38	38
Вид промежуточного контроля: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.)	Экз.	Экз.

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий

Разделы и темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 2.

Таблица 2. – Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 7					
Раздел 1. Введение Тема 1.1. Эволюция рынка ИКТ. История развития ведущих ИТ-компаний. Тема 1.2. Анализ рынка как элемент маркетинговой стратегии продвижения товаров и услуг. Методы анализа рынков Тема 1.3. Поиск, обработка и представления данных о рынке ИКТ. Основные источники информации о рынке ИКТ	2	2			1
Раздел 2. Структура рынка ИКТ и современные тенденции его развития Тема 2.1. Структура рынка ИКТ	4	2			4

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Тема 2.2. . Основные технологические и бизнес-факторы развития рынка ИКТ. Тема 2.3. Основные тенденции развития рынка ИКТ в мире. Перспективы рынка ИКТ в России.					
Раздел 3. Основные сегменты рынка ИКТ Тема 3.1. Мировой и российский рынок горизонтальных бизнес-приложений. ERP, CRM, SCM, BI Тема 3.2. Мировой и российский рынок вертикальных бизнес-приложений - информационные системы торговых компаний, биллинговые и банковские системы Тема 3.3. Мировой и российский рынок систем автоматизации производства. Тема 3.4. Рынок аутсорсинга. Облачные технологии Тема 3.5. Рынок бизнес- и ИТ-консалтинга.	5	6			14
Раздел 4. Организация продаж на рынке ИКТ Тема 4.1. Рынок труда в сфере ИТ-технологий Тема 4.2. Особенности продвижения и продаж высокотехнологичных товаров. Тема 4.3. Маркетинг и организация продаж. Современные маркетинговые стратегии и тактики Тема 4.4. Особенности рынка услуг Тема 4.5. Методы и технологии изучения целевых групп Тема 4.7. Современные отношения с потребителем Тема 4.8. Организация продвижения и продажи ИТ-товаров и услуг	6	7			15
Итого в семестре:	17	17			38
Итого:	17	17		0	38

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 3.

Таблица 3 - Содержание разделов и тем лекционных занятий

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Эволюция рынка ИКТ. История развития ведущих ИТ-компаний. Анализ рынка как элемент маркетинговой стратегии продвижения товаров и услуг. Методы анализа рынков
2	Структура рынка ИКТ. Основные технологические и бизнес-факторы развития рынка ИКТ. Основные тенденции развития рынка ИКТ в России и в мире
3	Мировой и российский рынок горизонтальных бизнес-приложений. ERP, CRM, SCM, BI. Мировой и российский рынок вертикальных бизнес-приложений - информационные системы торговых компаний, биллинговые и банковские системы. Рынок аутсорсинга. Облачные технологии
4	Рынок труда в сфере ИТ-технологий. Особенности продвижения и

	продаж высокотехнологичных товаров. Современные маркетинговые стратегии и тактики. Особенности рынка услуг. Современные отношения с потребителем. Методы и технологии изучения целевых групп
--	--

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 4.

Таблица 4 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 7				
1	Поиск, обработка и представления данных о рынке ИКТ. Основные источники информации о рынке ИКТ	Выполнение заданий	1	1
2	Структура рынка ИКТ		1	2
3	Конкуренция на мировом и российском рынке горизонтальных бизнес-приложений. ERP, CRM, SCM, BI	Решение ситуационных задач	3	3
4	Конкуренция на мировом и российском рынке информационных систем торговых компаний, биллинговых и банковских систем	Решение ситуационных задач	3	3
5	Рынок аутсорсинга. Облачные технологии	Решение ситуационных задач	2	3
6	Рынок бизнес- и ИТ-консалтинга.	Решение ситуационных задач	2	3
7	Организация продвижения и продажи ИТ-товаров и услуг Особенности продвижения и продаж высокотехнологичных товаров	Решение ситуационных задач	2	4
8	Методы и технологии изучения целевых групп	Решение ситуационных задач	3	4
Всего:			17	

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

(Трудоемкость одной лабораторной работы не более 4 часов!!!)

Таблица 5 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено			

4.5. Курсовое проектирование (работа)

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 7, час
1	2	3
Самостоятельная работа, всего	38	38
изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	20	20
курсовое проектирование (КП, КР)		
расчетно-графические задания (РГЗ)		
выполнение реферата (Р)		
Подготовка к текущему контролю (ТК)	8	8
домашнее задание (ДЗ)		
контрольные работы заочников (КРЗ)	10	10

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 8-10.

6. Перечень основной и дополнительной литературы

6.1. Основная литература

Перечень основной литературы приведен в таблице 7.

Таблица 7 – Перечень основной литературы

Шифр	Библиографическая ссылка / URL адрес	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
	Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). ISBN 978-5-534-05261-9 https://urait.ru/bcode/432145	
	Симон Г. Скрытые чемпионы 21 века [Электронный ресурс] : / Симон Г., Н.Н. Думная. — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2015. — 240 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=53539 — Загл. с экр.	

6.2. Дополнительная литература

Перечень дополнительной литературы приведен в таблице 8.

Таблица 8 – Перечень дополнительной литературы

Шифр	Библиографическая ссылка/ URL адрес	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
	Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров [Электронный ресурс]: учебник. — Электрон. дан. — М.: Дашков и К, 2016. — 352 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70531	
005 А 72	Антохина, Ю.А. Управление стоимостью ИТ-компаний [Текст] : монография / Ю. А. Антохина, А. М. Колесников ; С.-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения. - СПб. : Изд-во ГУАП, 2015. - 109 с. : табл., рис. - Библиогр.: с. 100 - 108 (170 назв.). - ISBN 978-5-8088-0989-5 : Б. ц.	30
	Матяш, С.А. Корпоративные информационные системы : учебное пособие : [16+] / С.А. Матяш. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. — 471 с. : ил., схем., табл. ISBN 978-5-4475-6085-0 https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435245	
	Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 331 с. — (Бакалавр. Академический курс)	

	ISBN 978-5-9916-3284-3. https://urait.ru/bcode/425868	
	Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс) ISBN 978-5-9916-3181-5 https://urait.ru/bcode/466182	

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины

URL адрес	Наименование
http://lms.guap.ru/	Система дистанционного обучения ГУАП

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

8.1. Перечень программного обеспечения

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10 – Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

8.2. Перечень информационно-справочных систем

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Состав материально-технической базы представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Мультимедийная лекционная аудитория	

10. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

10.1. Состав фонда оценочных средств приведен в таблице 13

Таблица 13 - Состав фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Примерный перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену; Экзаменационные билеты; Задачи; Тесты.

10.2. Перечень компетенций, относящихся к дисциплине, и этапы их формирования в процессе освоения образовательной программы приведены в таблице 14.

Таблица 14 – Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Номер семестра	Этапы формирования компетенций по дисциплинам/практикам в процессе освоения ОП
ПК-2 «проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий»	
3	Информационные технологии в бизнесе
4	Маркетинг
5	Работа в ИНТЕРНЕТ
7	Мировые информационные ресурсы
7	Рынки ИКТ и организация продаж
8	Предметно-ориентированные информационные системы
8	Производственная преддипломная практика

10.3. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) у обучающихся компетенций применяется шкала модульно–рейтинговой системы университета. В таблице 15 представлена 100–балльная и 4–балльная шкалы для оценки сформированности компетенций.

Таблица 15 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции		Характеристика сформированных компетенций
100-балльная шкала	4-балльная шкала	
$85 \leq K \leq 100$	«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения; - свободно владеет системой специализированных понятий.
$70 \leq K \leq 84$	«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения; - владеет системой специализированных понятий.
$55 \leq K \leq 69$	«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет системой специализированных понятий.
$K \leq 54$	«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся не усвоил значительной части программного материала; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений.

10.4. Типовые контрольные задания или иные материалы:

1. Вопросы (задачи) для экзамена (таблица 16)

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена
1	Основные этапы развития рынка ИКТ
2	Основные источники информации о рынке ИКТ
3	Эволюция рынка ИТ.
4	Методы анализа рынка ИТ
5	Современные тенденции развития рынка ИКТ
6	Компании, производящие аналитические оценки ИКТ-рынков
7	Основные технологические факторы развития рынка ИКТ
8	Основные бизнес-факторы развития рынка ИКТ

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена
9	Структура рынка ИКТ
10	Структура рынка ИТ-услуг
11	Аутсорсинг на рынке ИКТ
12	Рынок горизонтальных бизнес-приложений
13	Бизнес-приложение ERP как товар ИКТ-рынка
14	Бизнес-приложение CRM как товар ИКТ-рынка
15	Бизнес-приложение SCM как товар ИКТ-рынка
16	Бизнес-приложение BI как товар ИКТ-рынка
17	Рынок вертикальных бизнес-приложений
18	Информационные системы торговых компаний как товар ИКТ-рынка
19	Биллинговые системы в деятельности операторов связи
20	Банковские информационные системы как товар ИКТ-рынка
21	Рынок бизнес- и ИТ-консалтинга
22	Рынок труда в отрасли ИТ
23	Особенности продвижения и продаж высокотехнологичных товаров
24	Организация продаж в сфере ИКТ
25	Основные положения современного маркетинга
26	Особенности рынка ИТ-услуг
27	Облачные технологии и рынок ИТ-услуг
28	Планирование и организация продвижения и продаж услуг ИКТ-рынка

2. Вопросы (задачи) для зачета / дифференцированного зачета (таблица 17)

Таблица 17 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифференцированного зачета
	Учебным планом не предусмотрено

3. Темы и задание для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта (таблица 18)

Таблица 18 – Примерный перечень тем для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта

№ п/п	Примерный перечень тем для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта
	Учебным планом не предусмотрено

4. Вопросы для проведения промежуточной аттестации при тестировании (таблица 19)

Таблица 19 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов
	Учебным планом не предусмотрено

5. Контрольные и практические задачи / задания по дисциплине (таблица 20)

Таблица 20 – Примерный перечень контрольных и практических задач / заданий

№ п/п	Примерный перечень контрольных и практических задач / заданий
	Учебным планом не предусмотрено

10.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и / или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в Положениях «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программам высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Целью дисциплины является формирование у студентов системных знаний о методах анализа высокотехнологических рынков, о структуре рынка ИТ и об основных тенденциях его развития, о современном маркетинге в сфере информационно-коммуникационных технологий и услуг, об эволюции рынка ИКТ и деятельности наиболее крупных его игроков; получение студентами необходимых и навыков в области методов и технологий продвижения и продаж высокотехнологичных товаров, освоение ими методов и форм анализа целевых групп рынка ИКТ – потенциальных потребителей, партнеров, поставщиков.

Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимся лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала:

- Чтение лекций 1 раздела;
- Текущий контроль в виде контрольного опроса;
- Чтение лекции 2 раздела;
- Текущий контроль в виде контрольного опроса;
- Чтение лекций 3 раздела;

- Текущий контроль в виде контрольного опроса;
- Чтение лекций 4 раздела;
- Текущий контроль в виде экзамена

Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающейся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающемуся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Функции практических занятий:

- познавательная;
- развивающая;
- воспитательная.

По характеру выполняемых обучающимся заданий по практическим занятиям подразделяются на:

- ознакомительные, проводимые с целью закрепления и конкретизации изученного теоретического материала;
- аналитические, ставящие своей целью получение новой информации на основе формализованных методов;
- творческие, связанные с получением новой информации путем самостоятельно выбранных подходов к решению задач.

Формы организации практических занятий определяются в соответствии со специфическими особенностями учебной дисциплины и целями обучения. Они могут проводиться:

- в интерактивной форме (решение ситуационных задач, групповые дискуссии);
- в неинтерактивной форме (выполнение упражнений, решение типовых задач и другое).

Методика проведения практического занятия может быть различной, при этом важно достижение общей цели дисциплины.

Требования к проведению практических занятий

Материалы практических занятий должны быть:

- актуальными,
- связанными с другими видами учебных занятий по дисциплине,
- максимально приближенными к реальной профессиональной деятельности выпускника,
- опираться на знания и умения, уже сформированные у студентов на предшествующих занятиях,
- поддерживающими связь теоретического и практического обучения;
- стимулирующими интерес к изучению дисциплины;

- опирающимися на самостоятельную работу студентов по изучению теоретического материала по заданной теме практического занятия.

Задания для практических занятий

- Поиск источников информации о рынке ИКТ
- Описание структуры рынка бизнес-приложений
- Описание структуры рынка ИТ-услуг
- Исследование рынка аутсорсинга
- Развитие конкуренции на мировом и российском рынке информационных систем торговых компаний
- Развитие конкуренции на мировом и российском рынке биллинговых систем
- Методы конкурентной борьбы на мировом и российском рынке ИКТ
- Конкуренция на мировом и российском рынке горизонтальных бизнес-приложений.
- Организация продвижения и продажи ИТ-товаров и услуг
- Методы и технологии изучения целевых групп

Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у студентов формируются навыки целесообразного планирования рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методические рекомендации по изучению теоретического материала с помощью предложенной литературы, поиску в Интернет, печатных изданиях и периодике дополнительных материалов по тематике лекций и практикумов, данные преподавателем в процессе чтения лекций и проведения практических занятий;
- учебно-методический материал по дисциплине.

Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

- зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний

обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено».

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программам высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой
Л.В. Рудакова 20.05.2020	Актуализация перечня литературы	20.05.2020 протокол №11	Будагов А.С.