



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института/  
декан факультета ИЭИС  
С.И. Лукьянов  
« 26 » сентября 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Рынки ИКТ и организация продаж

Направление подготовки  
44.03.05 Педагогическое образование

Направленность (профиль) программы  
Информатика и экономика

Уровень высшего образования – бакалавриат

Программа подготовки – академический бакалавриат


Форма обучения  
Очная

|          |  |
|----------|--|
| Институт | Энергетики и автоматизированных систем         |
| Кафедра  | Бизнес-информатики и информационных технологий |
| Курс     | 5  |
| Семестр  | 9  |


Магнитогорск  
2018 г.

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению 44.03.05 Педагогическое образование, утвержденного 09.02.2016 г. № 91.

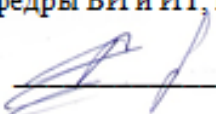
Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Бизнес-информатики и информационных технологий 25.09.2018 г., протокол № 2.

Зав. кафедрой  Н. Чусавитина

Рабочая программа одобрена методической комиссией института энергетики и автоматизированных систем 26.09.2018 г., протокол № 1.


Председатель  С.И. Лукьянов

Рабочая программа составлена: доцентом кафедры БИ и ИТ, к.п.н.

 А.Н. Старковым


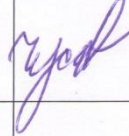
Рецензент:

ведущий инженер бюро постановки и внедрения задач АСУ отдела автоматизированных систем управления производством ООО «Парадокс»

 П.Л. Макашов

АПОС-18

Лист регистрации изменений и дополнений

| № п/п | Раздел программы | Краткое содержание изменения/дополнения   | Дата. № протокола заседания кафедры | Подпись зав. кафедрой   |
|-------|------------------|---|-------------------------------------|---|
| 1     | 8,9              | О формировании и актуализации образовательных программ.<br>Актуализация информационно-методического и информационного обеспечения дисциплины.<br>Актуализация материально-технического обеспечения дисциплины | 02.09.19,<br>протокол № 1           |  |
| 2     | 8                | Актуализация учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины  | 31.08.20,<br>протокол №1            |  |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |
|       |                  |   |                                     |   |

## 1 Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины (модуля) «Рынки ИКТ и организация продаж» являются: сформировать у студентов знания основ организации рынков ИКТ, управления деятельностью учреждений образования и реализацией информационных ресурсов, основных особенностей маркетинга программных продуктов (ПП), информационных продуктов и услуг.

## 2 Место дисциплины в структуре образовательной программы подготовки бакалавра

Дисциплина «Рынки ИКТ и организация продаж» входит в вариативную часть блока 1 профессионального цикла образовательной программы по направлению 44.03.05 Педагогическое образование и относится к дисциплинам по выбору.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, навыки), сформированные в результате изучения таких дисциплин как: Вычислительные системы, сети, телекоммуникации, Информационные системы и технологии, Экономическая теория, Интернет-технологии, Менеджмент и маркетинг, Экономика организации, Основы бизнеса и предпринимательства, Экономический анализ.

Знания (умения, навыки), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин: Маркетинг и менеджмент в сфере образования, Облачные технологии, Предметно-ориентированные экономические информационные системы.

## 3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В процессе освоения дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

| Структурный элемент компетенции  | Планируемые результаты обучения   |
|--|---|
| <b>ДПК-3</b> - способен объяснять суть экономических явлений и процессов   |   |
| Знать  | – Терминологию, основные понятия и определения;<br>– историю возникновения и развития современное состояние рынков ИКТ;<br>– возможности использования ИС и ИКТ;<br>– особенности рынка ИКТ и организации продаж  |
| Уметь  | – Пользоваться понятийным аппаратом.<br>– Анализировать маркетинговую, статистическую и технологическую информацию в области ИКТ.<br>– Организовывать маркетинговое исследование в Интернете.   |
| Владеть  | – Навыками оценки экономических характеристик информационных сетей.<br>– Навыками оперирования информационными средствами сетевой коммерции.<br>– Навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области рынка информационно-коммуникационных технологий, использовать современные образовательные технологии. |
| <b>ДПК-5</b> - готов осуществлять экономическую поддержку деятельности учреждений образования, культуры и социальной сферы на основе знаний системы финансов, основ аудита, бухгалтерского учета |   |
| Знать  | – составляющие рынка информационно-коммуникационных технологий  |

| Структурный элемент компетенции   | Планируемые результаты обучения  |
|---|--|
|   | в области образования;<br>– основные источники информации относительно рынка информационно-коммуникационных технологий;<br>– методы проведения анализа рынка информационно-коммуникационных технологий в области образования;<br>– основные подходы к ценообразованию на рынке информационных продуктов и услуг в области образования;<br>– методы оценки эффективности инвестиций в информационные технологии в области образования |
| Уметь   | – Пользоваться понятийным аппаратом.<br>– Применять методики сбора, обработки и представления информации о рынке информационно-коммуникационных технологий.<br>– Анализировать варианты вывода или продвижения образовательных услуг на рынке информационно-коммуникационных технологий.   |
| Владеть   | – Способностью проводить обследование образовательных организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.<br>– Способностью осуществлять презентацию информационной системы и начальное обучение пользователей.<br>– Способностью осуществлять и обосновывать выбор проектных решений по видам обеспечения информационных систем  |
| <b>ПК-1</b> - готовностью реализовывать образовательные программы по учебному предмету в соответствии с требованиями образовательных стандартов |  |
| Знать   | – сущность и содержание образовательных программ по Информатике в рамках содержательной линии «Рынки ИКТ и организация продаж» в соответствии с требованиями образовательных стандартов;<br>– особенности организации занятий в рамках преподавания школьной дисциплины Информатика и ИКТ  |
| Уметь   | – определяют структуру и содержание образовательных программ по Информатике в рамках содержательной линии «Рынки ИКТ и организация продаж» в соответствии с требованиями образовательных стандартов;<br>– проводить фрагменты практических заданий под руководством преподавателя по предложенной модели   |
| Владеть   | – методами планирования образовательных программ по Информатике в рамках содержательной линии «Рынки ИКТ и организация продаж» в соответствии с требованиями образовательных стандартов;<br>– частными методиками проведения занятий по школьной дисциплине Информатика и ИКТ содержательной линии «Рынки ИКТ и организация продаж»  |

#### 4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц 216 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 91,4 акад. часов:
  - аудиторная – 90 акад. часов;
  - внеаудиторная – 4,1 акад. часов
- самостоятельная работа – 86,2 акад. часов;
- подготовка к экзамену – 35,7 акад. часа

| Раздел/ тема дисциплины   | Семестр  | Аудиторная контактная работа (в акад. часах) |                  |                  | Самостоятельная работа (в акад. часах) | Вид самостоятельной работы                  | Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации | Код и структурный элемент компетенции |
|---|----------|--|------------------|------------------|--|---|---|---------------------------------------|
|   |          | лекции                                       | лаборат. занятия | практич. занятия |  |   |   |                                       |
| <b>Раздел 1. ИКТ рынок</b>  |          |  |                  |                  |  |   |   |                                       |
| 1.1. Рынок информационных товаров и услуг                               | 9        | 4/4И   | 4/4И             |                  | 10                                     | Подготовка к лекции и лабораторному занятию | Опрос, защита практической работы                               | ДПК-3зу<br>ДПК-5зу<br>ПК-1зув         |
| 1.2. Состояние мирового рынка информационных товаров и услуг            | 9        | 4  | 4                |                  | 10                                     | Подготовка к лекции и лабораторному занятию | Опрос, защита практической работы                               | ДПК-3зу<br>ДПК-5зу<br>ПК-1зув         |
| 1.3. Состояние российского рынка информационных товаров и услуг         | 9        | 4/4И   | 4/4И             |                  | 10                                     | Подготовка к лекции и лабораторному занятию | Опрос, защита практической работы                               | ДПК-3зу<br>ДПК-5зу<br>ПК-1зув         |
| <b>Итого по разделу</b>   | <b>9</b> | <b>12/8И</b>                                 | <b>12/8И</b>     |                  | <b>30</b>                              |   |   |                                       |
| <b>Раздел 2. Организация продаж в области информационных технологий</b> |          |  |                  |                  |  |   |   |                                       |
| 2.1. Развитие компании, эволюция ее маркетинга и                        | 9        | 4/2И   | 6/2И             |                  | 10                                     | Подготовка к лекции и лабораторному занятию | Опрос, защита практической                                      | ДПК-3зув<br>ДПК-5зув                  |

| Раздел/ тема дисциплины  | Семестр  | Аудиторная контактная работа (в акад. часах) |                  |                  | Самостоятельная работа (в акад. часах) | Вид самостоятельной работы                  | Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации | Код и структурный элемент компетенции |
|--|----------|--|------------------|------------------|--|---|---|---------------------------------------|
|  |          | лекции                                       | лаборат. занятия | практич. занятия |  |   |   |                                       |
| продаж   |          |  |                  |                  |  |   | работы  | ПК-1зув                               |
| 2.2. Особенности продажи решений                                 | 9        | 6/3И   | 12/5И            |                  | 14                                     | Подготовка к лекции и лабораторному занятию | Опрос, защита практической работы                               | ДПК-3зув<br>ДПК-5зув<br>ПК-1зув       |
| 2.3. Методология продажи решений и услуг                         | 9        | 6/3И   | 12/5И            |                  | 14                                     | Подготовка к лекции и лабораторному занятию | Опрос, защита практической работы                               | ДПК-3зув<br>ДПК-5зув<br>ПК-1зув       |
| 2.4. Построение партнерской сети по продаже решений              | 9        | 4/2И   | 6/3И             |                  | 9                                      | Подготовка к лекции и лабораторному занятию | Опрос, защита практической работы                               | ДПК-3зув<br>ДПК-5зув<br>ПК-1зув       |
| 2.5. Построение отделов по продажам и техники эффективных продаж | 9        | 4/1И   | 6/3И             |                  | 9,2                                    | Подготовка к лекции и лабораторному занятию | Опрос, защита практической работы                               | ДПК-3зув<br>ДПК-5зув<br>ПК-1зув       |
| <b>Итого по разделу</b>  | <b>9</b> | <b>24/11И</b>                                | <b>42/18И</b>    |                  | <b>55</b>                              |   |   |                                       |
| <b>Итого по дисциплине</b>                                       |          | <b>36/19И</b>                                | <b>54/26И</b>    |                  | <b>86,2</b>                            |   | <b>экзамен</b>  |                                       |

## **5 Образовательные и информационные технологии**

При проведении занятий и организации самостоятельной работы студентов используются:

Традиционные технологии обучения, предполагающие передачу информации в готовом виде, формирование учебных умений по образцу: лекция-изложение, лекция-объяснение, лабораторные работы, контрольная работа и др.

Использование традиционных технологий обеспечивает ориентирование студента в потоке информации, связанной с различными подходами к определению сущности, содержания, методов, форм развития и саморазвития личности; самоопределение в выборе оптимального пути и способов личностно-профессионального развития; систематизацию знаний, полученных студентами в процессе аудиторной и самостоятельной работы. Лабораторные занятия обеспечивают развитие и закрепление умений и навыков определения целей и задач саморазвития, а также принятия наиболее эффективных решений по их реализации.

Интерактивные формы обучения, предполагающие организацию обучения как продуктивной творческой деятельности в режиме взаимодействия студентов друг с другом и с преподавателем

Использование интерактивных образовательных технологий способствует повышению интереса и мотивации учащихся, активизации мыслительной деятельности и творческого потенциала студентов, делает более эффективным усвоение материала, позволяет индивидуализировать обучение и ввести экстренную коррекцию знаний.

При проведении лабораторных занятий используются групповая работа, технология коллективной творческой деятельности, технология сотрудничества, ролевая игра, обсуждение проблемы в форме дискуссии, дебаты, круглый стол. Данные технологии обеспечивают высокий уровень усвоения студентами знаний, эффективное и успешное овладение умениями и навыками в предметной области, формируют познавательную потребность и необходимость дальнейшего самообразования, позволяют активизировать исследовательскую деятельность, обеспечивают эффективный контроль усвоения знаний.

## **6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

Аудиторная самостоятельная работа студентов на лабораторных занятиях осуществляется под контролем преподавателя в виде решения индивидуальных задач.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов осуществляется в виде изучения литературы по соответствующему разделу с проработкой материала и выполнения домашних заданий с консультациями преподавателя.

По дисциплине предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа.

Аудиторная самостоятельная работа предполагает выполнение заданий на лекциях и лабораторных работах.

Для полного освоения дисциплины и формирования компетенций студент должен в полном объеме выполнять предоставляемые задания. Выполняя задания студент должен использовать учебную и научную литературу.

В силу особенностей индивидуального режима подготовки каждого студента, представляется, что такое планирование должно осуществляться студентом самостоятельно, с учетом индивидуальных рекомендаций и советов преподавателей дисциплины в соответствии с вопросами и обращениями студентов при встречающихся сложностях в подготовке и освоении

Подготовка к семинарскому или практическому занятию включает 2 этапа:

1-й – организационный;

2-й - закрепление и углубление теоретических знаний.



На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе, а как следствие - приводит к наиболее плодотворному результату.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию.

В качестве исходного материала, основы для усвоения предмета представляется важным опираться на лекционные материалы.

На основе полученных на лекционных занятиях знаний представляется далее актуальным и полезным ознакомиться с содержанием основной литературы, дополнительной литературы, новых публикаций в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом важно учитывать рекомендации преподавателя и требования учебной программы.

В ходе самостоятельной работы рекомендуется дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой.

Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику.

Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

На основе проделанной работы следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на практическое или семинарское занятие, а также составить план-конспект своего выступления и продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью.

Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении необходимой литературы.

Методические рекомендации студентам по изучению рекомендованной литературы:

Прежде всего, студент должен освоить издания из списка основной литературы к дисциплине.

Кроме того следует использовать следующую научную литературу:

- монографии (научные книги по специальным темам);
- научные статьи журналов;
- статьи в сборниках научных трудов;
- статьи в материалах научных конференций;
- рецензии на опубликованные монографии и научные статьи;
- авторефераты диссертаций;
- аннотации монографий иностранных авторов в реферативных сборниках и пр.

Для поиска литературы следует использовать:

- предметные и систематические каталоги библиотек;
- библиографические указатели;
- реферативные журналы;
- указатели опубликованных в журналах статей и материалов.

Кроме этого, нужно использовать литературу, указываемую авторами научных работ в подстрочных сносках на страницах книг (журналов) или в помещенных в конце книги (статьи) примечаниях, списке литературы, библиографиях.

Для поиска необходимой литературы следует обращаться к библиотечным ресурсам Института, общественных библиотек.

#### Методические рекомендации по подготовке рефератов

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у студентов навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Готовясь к докладу или реферативному сообщению, студенту необходимо обращаться за методической помощью к преподавателю.

#### Этапы работы над рефератом

1. По согласованию с преподавателем сформулируйте тему. Тема должна быть не только актуальной по своему значению, но оригинальной, интересной по содержанию.

2. Подберите и изучите основные источники по теме (как правило, не менее 8-10).

3. Составьте библиографию.

4. Обработайте и систематизируйте информацию.

5. Разработайте план реферата.

6. Напишите реферат.

7. Выступите с результатами исследования в аудитории на практическом занятии, заседании предметного кружка, студенческой научно-практической конференции.

Содержание работы должно отражать:

- знание современного состояния проблемы;
- обоснование выбранной темы;
- использование известных результатов и фактов;
- полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой;
- актуальность поставленной проблемы;
- материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.

Не позднее, чем за 2 дня до защиты или выступления реферат представляется на рецензию преподавателю. Оценка выставляется при наличии рецензии и после защиты реферата. Работа представляется в отдельной папке.

Объем реферата – 10-20 страниц текста, оформленного в соответствии с требованиями (объем зависит от выбранной тематики и уточняется преподавателем).

Требования к тексту.

Реферат выполняется на стандартных страницах белой бумаги формата А-4 (верхнее, нижнее поля – 2см, правое поле – 1,5 см; левое – 3 см).

Текст печатается шрифтом Times New Roman (размер шрифта – 14 кегль). Заголовки – полужирным шрифтом Times New Roman (размер шрифта – 14 кегль).

Интервал между строками – полуторный.

Текст оформляется на одной стороне листа.

Формулы, схемы, графики вписываются черной пастой (тушью), либо выполняются на компьютере.

Типовая структура реферата.

1. Титульный лист.
2. План (простой или развернутый с указанием страниц реферата).
3. Введение.
4. Основная часть.
5. Заключение.
6. Список литературы.
7. Приложения (карты, схемы, графики, диаграммы, рисунки, фото и т.д.).

Требования к оформлению разделов реферата.

Титульный лист должен содержать:

- название образовательного учреждения;
- название дисциплины, в рамках которой проводится исследование;
- тему реферата;
- сведения об авторе;
- сведения о руководителе;
- наименование населенного пункта;
- год выполнения работы.

Верхнее, нижнее поля – 2 см; правое поле – 1,5 см; левое – 3 см; текст выполняется полужирным шрифтом Times New Roman; размер шрифта – 14 кегль; размер шрифта для обозначения темы реферата 14 кегль.

Введение имеет цель ознакомить читателя с сущностью излагаемого вопроса, с современным состоянием проблемы. В данном разделе должна быть четко сформулирована цель и задачи работы. Ознакомившись с введением, читатель должен ясно представить себе, о чем дальше пойдет речь. Объем введения – не более 1 страницы. Умение кратко и по существу излагать свои мысли – это одно из достоинств автора. Иллюстрации в раздел «Введение» не помещаются.

Основная часть. Следующий после «Введения» раздел должен иметь заглавие, выражающее основное содержание реферата, его суть. Главы основной части реферата должны соответствовать плану реферата (простому или развернутому) и указанным в плане страницам реферата. В этом разделе должен быть подробно представлен материал, полученный в ходе изучения различных источников информации (литературы). Все сокращения в тексте должны быть расшифрованы. Ссылки на авторов цитируемой литературы должны соответствовать номерам, под которыми они идут по списку литературы. Нумерация страниц реферата и приложений производится внизу посередине арабскими цифрами без знака «№». Титульный лист считается первым, но не нумеруется. Страница с планом, таким образом, имеет номер «2».

Заключение. Формулировка его требует краткости и лаконичности. В этом разделе должна содержаться информация о том, насколько удалось достичь поставленной цели, значимость выполненной работы, предложения по практическому использованию результатов, возможное дальнейшее продолжение работы.

Список литературы. Имеются в виду те источники информации, которые имеют прямое отношение к работе и использованы в ней. При этом в самом тексте работы должны быть обозначены номера источников информации, под которыми они находятся в списке литературы, и на которые ссылается автор. Эти номера в тексте работы заключаются в квадратные скобки, рядом через запятую указываются страницы, которые использовались как источник информации, например: [1, С.18]. В списке литературы квадратные скобки не ставятся. Оформляется список использованной литературы со всеми выходными данными. Он оформляется по алфавиту и имеет сквозную нумерацию арабскими цифрами.

Приложения (карты, схемы, графики, диаграммы, рисунки, фото и т.д.). Для иллюстраций могут быть отведены отдельные страницы. В этом случае они (иллюстрации) оформляются как приложение и выполняются на отдельных страницах. Нумерация приложений производится в правом верхнем углу арабскими цифрами без

знака «№».

Рецензия преподавателя на реферат.

Рецензия может содержать информацию руководителя об актуальности данной работы, изученной литературе, проведенной работе учащегося при подготовке реферата, периоде работы, результате работы и его значимости, качествах, проявленных автором реферата. Рецензия подписывается преподавателем.

Требования к защите реферата.

Реферат допускается к защите только с рецензией преподавателя.

Защита продолжается в течение 5-10 минут по плану:

- актуальность темы, обоснование выбора темы;
- краткая характеристика изученной литературы и краткое содержание реферата;
- выводы по теме реферата с изложением своей точки зрения.

Автору реферата по окончании представления реферата преподавателем и студентами могут быть заданы вопросы по теме реферата.

### **Примерная тематика рефератов**

1. Особенности информационных и коммуникационных технологий как товара.
2. Основные этапы развития рынка ИКТ.
3. Конкуренция на рынке ИКТ.
4. Стратегия развития фирм на рынке ИКТ.
5. Перспективы развития рынка ИКТ.
6. Перспективы развития рынка аппаратных средств.
7. Перспективы развития рынка программного обеспечения.
8. Перспективы развития рынка компьютерных услуг.
9. Аналитические компании на рынке ИКТ.
10. Методики проведения анализа рынка ИКТ.
11. Понятие и значение маркетинга в деятельности фирм на рынке ИКТ.
12. Маркетинговые исследования рынка ИКТ.
13. Источники информации о рынке ИКТ.
14. Формирование цен на рынке ИКТ.
15. Стратегии компаний в дополнительном привлечении клиентов на рынке ИКТ.
16. Лицензирование продукции на рынке ИКТ.
17. Системы продвижения товаров на рынке ИКТ.
18. Рынок горизонтальных бизнес-приложений.
19. Рынок вертикальных бизнес-приложений.
20. Рынок ИТ-консалтинга.
21. Рынок ИТ-аутсорсинга.
22. Роль ИКТ в повышении международной конкурентоспособности.
23. ИКТ как инструмент конкурентоспособности компаний и государственных органов.
24. Проблемы безопасности рынка ИКТ в России.
25. Экономическая составляющая информационной безопасности развития рынка ИКТ
26. Российский рынок труда ИТ-специалистов.
27. Мировой рынок труда ИТ-специалистов.
28. Формирование и развитие потребности у клиентов в ИТ-отрасли.
29. Особенности активного привлечения клиентов в ИТ-отрасли.
30. Инструменты и методы управления отделом продаж в ИТ-компании.

### **Примерные индивидуальные задания:**

1. Определить понятие информационного контура предприятия и информационной системы.

2. Выявить разновидности информационных технологий
3. Рассмотреть структуру информационного рынка России
4. Выяснить факторы, влияющие на информационную безопасность
5. Изучить основные формы предприятий на рынке ИКТ
6. Рассмотреть специфику методов анализа рынка ИКТ
7. Описать основные подходы к ценообразованию на рынке информационных технологий
8. Выявить специфику маркетинга на рынке ИКТ
9. Рассмотреть современные технологии продаж

## 7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Согласно учебному плану данного направления подготовки, промежуточная аттестация и оценка освоения компетенций студентами осуществляется посредством экзамена.

### а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

| Структурный элемент компетенции  | Планируемые результаты обучения  | Оценочные средства   |
|--|--|--|
| <b>ДПК-3</b> - способен объяснять суть экономических явлений и процессов |  |  |
| Знать  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Терминологию, основные понятия и определения;</li> <li>– историю возникновения и развития современное состояние рынков ИКТ;</li> <li>– возможности использования ИС и ИКТ;</li> <li>– особенности рынка ИКТ и организации продаж</li> </ul> | <p><b>Перечень тем и заданий для подготовки к экзамену:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выбрать правильную последовательность в иерархии потребностей (от низшей к высшей) для компаний, находящихся на разных ступенях развития: Устойчивость оборотов; обеспечение выживания; получение социальной значимости; стать лидером на рынке; добиться признания на рынке;</li> <li>2. На какой стадии развития бизнеса компании появляется отдел продаж с активными продавцами?</li> <li>3. От какого бюджета зависит производственный бюджет компании?</li> <li>4. Кого чаще всего в коммерческой компании акционеры выбирают генеральным директором?</li> <li>5. На какой стадии развития компании отдел продуктового маркетинга начинает зависеть от отдела продаж?</li> <li>6. Назовите правильную последовательность этапов процесса продажи услуг и/или решений?</li> <li>7. Наиболее интересный для продавца уровень деловых отношений?</li> <li>8. Для каких целей необходим процесс продажи?</li> <li>9. При продаже ИТ-решений важно акцентироваться на технологических достоинствах решения; опыте реализации подобных решений, имеющихся у вашей компании ...</li> <li>10. На каком этапе появляется документ «Критерии успеха»?</li> <li>11. Какой из ниже приведенных наборов сил наилучшим образом описывает внешние факторы, влияющие на принятие решения о расходовании денежных средств предприятия: Владельцы; Поставщики; Партнеры...</li> <li>12. Какой должна быть миссия компании?</li> </ol> |

| Структурный элемент компетенции | Планируемые результаты обучения   | Оценочные средства  |
|---------------------------------|---|---|
|                                 |   | <p>13. Затраты на покупку не включают: Денежные затраты; Время на покупку ...</p> <p>14. Что является Основными конкурентными силами на рынке? Существующие конкуренты</p> <p>15. Что такое конкурентная стратегия - атака с фланга?</p> <p>16. Какова роль партнеров в процессе продажи решений?</p> <p>17. Какая модель сорсинга соответствует высокой развитости рынка и ориентации заказчика на покупку внешних ресурсов?</p> <p>18. Назовите основные способы вовлечения партнеров в проекты?</p> <p>19. Перечислите основные категории требований к квалификации партнеров?</p> <p>20. Что определяет Бизнес-план по решениям?</p> <p>21. Какие недостатки видят заказчики в продавцах?</p> <p>22. Какие основные недостатки продавцов при осуществлении продажи?</p> <p>23. Что такое метод преодоления возражений заказчика по цене?</p> <p>24. Что позволяет руководителям отделов продаж процесс планирования продаж?</p> <p>25. Что должен продавец запросить у отдела маркетинга при продвижении услуги и/или товара Заказчику?</p> |
| Уметь                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Пользоваться понятийным аппаратом.</li> <li>– Анализировать маркетинговую, статистическую и технологическую информацию в области ИКТ.</li> <li>– Организовывать маркетинговое исследование в Интернете.</li> </ul> | <p><b>Примерная тематика рефератов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности информационных и коммуникационных технологий как товара.</li> <li>2. Основные этапы развития рынка ИКТ.</li> <li>3. Конкуренция на рынке ИКТ.</li> <li>4. Стратегия развития фирм на рынке ИКТ.</li> <li>5. Перспективы развития рынка ИКТ.</li> <li>6. Перспективы развития рынка аппаратных средств.</li> <li>7. Перспективы развития рынка программного обеспечения.</li> <li>8. Перспективы развития рынка компьютерных услуг.</li> <li>9. Аналитические компании на рынке ИКТ.</li> <li>10. Методики проведения анализа рынка ИКТ.</li> <li>11. Понятие и значение маркетинга в деятельности фирм на рынке ИКТ.</li> <li>12. Маркетинговые исследования рынка ИКТ.</li> </ol>   |

| Структурный элемент компетенции | Планируемые результаты обучения  | Оценочные средства  |
|---------------------------------|--|---|
|                                 |  | 13. Источники информации о рынке ИКТ.<br>14. Формирование цен на рынке ИКТ.<br>15. Стратегии компаний в дополнительном привлечении клиентов на рынке ИКТ.<br>16. Лицензирование продукции на рынке ИКТ.<br>17. Системы продвижения товаров на рынке ИКТ.<br>18. Рынок горизонтальных бизнес-приложений.<br>19. Рынок вертикальных бизнес-приложений.<br>20. Рынок ИТ-консалтинга.<br>21. Рынок ИТ-аутсорсинга.<br>22. Роль ИКТ в повышении международной конкурентоспособности.<br>23. ИКТ как инструмент конкурентоспособности компаний и государственных органов.<br>24. Проблемы безопасности рынка ИКТ в России.<br>25. Экономическая составляющая информационной безопасности развития рынка ИКТ<br>26. Российский рынок труда ИТ-специалистов.<br>27. Мировой рынок труда ИТ-специалистов.<br>28. Формирование и развитие потребности у клиентов в ИТ-отрасли.<br>29. Особенности активного привлечения клиентов в ИТ-отрасли.<br>30. Инструменты и методы управления отделом продаж в ИТ-компании. |
| Владеть                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Навыками оценки экономических характеристик информационных сетей.</li> <li>– Навыками оперирования информационными средствами сетевой коммерции.</li> <li>– Навыками самостоятельного овладения новыми знаниями в области рынка информационно-</li> </ul> | <b>Задания:</b><br>1. Выберите компанию Заказчика и ответьте на ниже представленные вопросы, согласно официальной информации на сайте компании:<br>а) К какой сегменту рынка (индустрии) относится компания заказчик, как она позиционирует себя на рынке? Ее миссия и видение?<br>б) В каком статусе находится сейчас данный сегмент рынка? Растет, стабильный, падает.<br>в) Какой дальнейший потенциал данного сегмента рынка?<br>г) Кто основные заказчики у данной компании?   |



| Структурный элемент компетенции | Планируемые результаты обучения  | Оценочные средства   |
|---------------------------------|--|--|
|                                 | <p>коммуникационных технологий, использовать современные образовательные технологии.</p> | <p>д) Кто основные конкуренты?<br/>           е) Какие основные продукты и сервисы предлагает компания?<br/>           ж) Из финансовых отчетов за последние два года определить:<br/>           з) Какой годовой оборот у компании, и какая его тенденция?<br/>           и) Насколько прибыльна компания, ситуация с денежными потоками и какая тенденция?<br/>           к) Когда закрывается финансовый год и когда проходит собрание акционеров?<br/>           л) Какие основные источники финансирования компании.<br/>           м) Какие цели ставит компания, и какие стратегии их достижения?<br/>           н) Какие основные проекты анонсировала компания?<br/>           о) Можем ли мы их адресовать при помощи наших продуктов и решений и в результате получить заказ?<br/>           п) Имеют ли наши предложения стратегическое значение для нас, сможем ли мы их впоследствии использовать для других заказчиков?<br/>           р) Насколько наши предложения заказчику соответствуют нашему позиционированию на рынке и насколько они способствуют совершенствованию наших продуктов и сервисов?</p> <p>2. Определитесь с бизнесом и продуктом вашей компании (системным интегратором).<br/>           Примеры направлений:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• компания, занимающаяся созданием и продвижением сайтов;</li> <li>• компания, предоставляющая услуги в области информационной безопасности для бизнеса;</li> <li>• компания, предоставляющая бухгалтерские услуги как для физических так и юридических лиц;</li> <li>• 1С – Франчайзи;</li> <li>• и т.п.</li> </ul> <p>3. Провести анализ ближайших конкурентов и определитесь со стратегией по отношению к нему.</p> |

| Структурный элемент компетенции   | Планируемые результаты обучения     | Оценочные средства   |
|---|-------------------------------------|--|
|   |                                     | <p>Отчет о выполнении данной работы оформить в печатном виде и в виде презентации. В которых должны быть отражены методы анализа ближайших конкурентов. Сам анализ подтвержденный графиками и таблицами.</p> <p>4. Подготовьте отчет (бизнес-план) по решению ситуации в представленной компании. В бизнес-план обязательно должны входить такие пункты:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Описание решения <ul style="list-style-type: none"> <li>• Краткое описание решения (ЧТО?)</li> <li>• Анализ емкости рынка</li> <li>• Конкурентный анализ</li> <li>• Средний размер сделки (СКОЛЬКО?)</li> <li>• Экономика (ROI)</li> </ul> </li> <li>2. Описание предложения <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ценность предложения (ПОЧЕМУ?)</li> <li>• Компоненты решения</li> </ul> </li> <li>3. Цели <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ожидаемые результаты (КУДА?)</li> <li>• Стратегия (КАК?)</li> <li>• Взаимные измеряемые обязательства (SMART)</li> </ul> </li> <li>4. Средства <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ритм взаимодействия</li> <li>• Ключевые контакты (КТО?)</li> <li>• Ресурсы и инвестиции (ЗАТРАТЫ?)</li> </ul> </li> </ol> <p>Пункты плана подтверждаются схемами (графиками), расчетами и т.п.</p> |
| <p><b>ДПК-5</b> - готов осуществлять экономическую поддержку деятельности учреждений образования, культуры и социальной сферы на основе знаний системы финансов, основ аудита, бухгалтерского учета</p> |                                     |  |
| Знать   | – составляющие рынка информационно- | <p><b>Вопросы к экзамену:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Этапы развития информационно-коммуникационных технологий в области</li> </ol>  |

| Структурный элемент компетенции | Планируемые результаты обучения  | Оценочные средства  |
|---------------------------------|--|---|
|                                 | <p>коммуникационных технологий в области образования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные источники информации относительно рынка информационно-коммуникационных технологий;</li> <li>– методы проведения анализа рынка информационно-коммуникационных технологий в области образования;</li> <li>– основные подходы к ценообразованию на рынке информационных продуктов и услуг в области образования;</li> <li>– методы оценки эффективности инвестиций в информационные технологии в области образования</li> </ul> | <p>образования.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Тенденции развития рынка информационно-коммуникационных технологий в области образования.</li> <li>3. Структура рынка информационно-коммуникационных технологий.</li> <li>4. Общемировые тенденции развития рынка информационно-коммуникационных технологий для образования.</li> <li>5. Текущее состояние рынка информационно-коммуникационных технологий для образования в России.</li> <li>6. Барьеры, препятствующие развитию рынка информационно-коммуникационных технологий.</li> <li>7. Основные направления обеспечения государственной поддержки развития рынка информационно-коммуникационных технологий для образования.</li> <li>8. Методическое обеспечение маркетинговых исследований рынка информационно-коммуникационных технологий для образования.</li> <li>9. Методика проведения маркетинговых исследований рынка информационно-коммуникационных технологий.</li> <li>11.Цены на рынке информационно-коммуникационных технологий и их разновидности в сфере образования.</li> <li>12.Основные методики оценки поведения потребителя на рынке информационно-коммуникационных технологий для образования.</li> <li>13.Методы воздействия на целевую аудиторию на рынке информационно-коммуникационных технологий для образования.</li> <li>14.Современные методы воздействия на потребителей на рынке информационно-коммуникационных технологий для образования.</li> </ol> |
| Уметь                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Пользоваться понятийным аппаратом.</li> <li>– Применять методики сбора, обработки и представления информации о рынке</li> </ul>   | <p><b>Примерные индивидуальные задания:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рассмотреть структуру информационного образовательного рынка России</li> <li>2. Выяснить факторы, влияющие на информационную безопасность в сфере образования</li> <li>3. Изучить основные формы предприятий на рынке ИКТ в сфере образования</li> </ol>  |

| Структурный элемент компетенции   | Планируемые результаты обучения   | Оценочные средства  |
|---|---|---|
|   | <p>информационно-коммуникационных технологий.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Анализировать варианты вывода или продвижения образовательных услуг на рынке информационно-коммуникационных технологий.</li> </ul>   | <p>4. Описать основные подходы к ценообразованию на рынке информационных технологий в сфере образования</p> <p>5. Выявить специфику образовательного маркетинга на рынке ИКТ</p> <p>6. Рассмотреть современные технологии продаж образовательных услуг</p>  |
| Владеть   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Способностью проводить обследование образовательных организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.</li> <li>– Способностью осуществлять презентацию информационной системы и начальное обучение пользователей.</li> <li>– Способностью осуществлять и обосновывать выбор проектных решений по видам обеспечения информационных систем</li> </ul> | <p><b>Тематика ситуационных задач:</b></p> <p>Задача 1: «Развитие информационной системы образовательного учреждения»</p> <p>Задача 2. «Повышение эффективности деятельности образовательного учреждения на основе развития ИКТ и оптимизации бизнес- процессов»</p> <p>Задача 3. «Оптимизация развития ИКТ в учреждении образования»</p> <p>Задача 4. «Автоматизация бизнес-процессов образовательного учреждения»</p> <p>Задача 5. «Внедрение ИКТ в образовательном учреждении»</p> |
| <b>ПК-1</b> - готовностью реализовывать образовательные программы по учебному предмету в соответствии с требованиями образовательных стандартов |   |   |
| Знать   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– сущность и содержание образовательных программ по Информатике в рамках содержательной линии «Рынки</li> </ul>  | <p><b>Вопросы к экзамену:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Этапы развития информационно-коммуникационных технологий.</li> <li>2. Тенденции развития информационно-коммуникационных технологий.</li> <li>3. Структура рынка информационно-коммуникационных технологий.</li> </ol>   |

| Структурный элемент компетенции | Планируемые результаты обучения  | Оценочные средства   |
|---------------------------------|--|--|
|                                 | <p>ИКТ и организация продаж» в соответствии с требованиями образовательных стандартов;<br/>– особенности организации занятий в рамках преподавания школьной дисциплины<br/>Информатика и ИКТ</p> | <p>4. Общемировые тенденции развития рынка информационно-коммуникационных технологий.<br/>10. Текущее состояние рынка информационно-коммуникационных технологий в России.<br/>11. Барьеры, препятствующие развитию рынка информационно-коммуникационных технологий.<br/>12. Основные направления обеспечения государственной поддержки развития рынка информационно-коммуникационных технологий.<br/>13. Методическое обеспечение маркетинговых исследований рынка информационно-коммуникационных технологий.<br/>14. Методика проведения маркетинговых исследований рынка информационно-коммуникационных технологий.<br/>15. Оптимизация системы маркетинговых исследований сферы информационного бизнеса с позиций совершенствования коммерческой деятельности фирмы.<br/>15. Механизм оценки и прогнозирования развития рынка ИКТ-услуг.<br/>16. Цены на рынке информационно-коммуникационных технологий и их разновидности.<br/>17. Политика ценообразования на рынке информационно-коммуникационных технологий.<br/>18. Факторы, влияющие на формирование уровня цен на информационные продукты и услуги.<br/>19. Методов ценообразование на информационном рынке.<br/>20. Стратегии поведения предприятий на рынке информационно-коммуникационных технологий.<br/>21. Структура и факторы международной конкурентоспособности.<br/>22. Индекс глобальной конкурентоспособности.<br/>23. Оценка международной конкурентоспособности информационно-коммуникационных технологий.<br/>24. Индексы сетевой готовности и конкурентоспособности в области ИТ.</p> |

| Структурный элемент компетенции | Планируемые результаты обучения                     | Оценочные средства   |
|---------------------------------|---|--|
|                                 |   | <p>25. Информационно-коммуникационные технологии как инструмент конкурентоспособности компаний и государственных органов.</p> <p>26. Проблемы безопасности рынка информационно-коммуникационных технологий в России.</p> <p>27. Экономическая составляющая информационной безопасности развития рынка информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>28. Рынок услуг информационной безопасности.</p> <p>29. Виды услуг в сфере информационной безопасности.</p> <p>30. Сущность, структура, механизм функционирования и особенности рынка труда в сфере информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>31. Оценка численности занятых ИТ-специалистов.</p> <p>32. Прогноз потребности в ИТ-специалистах.</p> <p>33. Прогноз кадрового обеспечения сфере информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>34. Мировая конъюнктура рынка труда в сфере информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>35. Спецификация организации продаж на рынке информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>36. Лицензирование продуктов на рынке информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>37. Виды лицензий на рынке информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>38. Основные методики оценки поведения потребителя на рынке информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>39. Методы воздействия на целевую аудиторию на рынке информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>40. Современные методы воздействия на потребителей на рынке информационно-коммуникационных технологий.</p> |
| Уметь                           | – определяют структуру и содержание образовательных | <p><b>Примерные индивидуальные задания:</b><br/>Разработка структуры и содержания образовательных программ по дисциплине</p>   |

| Структурный элемент компетенции | Планируемые результаты обучения  | Оценочные средства   |
|---------------------------------|--|--|
|                                 | <p>программ по Информатике в рамках содержательной линии «Рынки ИКТ и организация продаж» в соответствии с требованиями образовательных стандартов;</p> <p>– проводить фрагменты практических заданий под руководством преподавателя по предложенной модели</p>  | «Рынки ИКТ и организация продаж»   |
| Владеть                         | <p>– методами планирования образовательных программ по Информатике в рамках содержательной линии «Рынки ИКТ и организация продаж» в соответствии с требованиями образовательных стандартов;</p> <p>– частными методиками проведения занятий по школьной дисциплине Информатика и ИКТ содержательной линии «Рынки ИКТ и организация продаж»</p> | <p><b>Содержание работы</b></p> <p>Содержанием работы является разработка дистанционного курса по дисциплине «Рынки ИКТ и организация продаж», реализации проекта с использованием соответствующего инструментария, включающего следующие разделы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Краткая характеристика проекта</li> <li>2. Общее описание</li> <li>3. Лекции</li> <li>4. Лабораторный практикум</li> <li>5. Промежуточная аттестация</li> </ol> |

**б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Рынки ИКТ и организация продаж» включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме экзамена.

Экзамен по данной дисциплине проводится в устной форме по экзаменационным билетам, каждый из которых включает 2 теоретических вопроса и одно практическое задание.

Показатели и критерии оценивания экзамена:

– на оценку «отлично» (5 баллов) – обучающийся демонстрирует высокий уровень сформированности компетенций, всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, свободно выполняет практические задания, свободно оперирует знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

– на оценку «хорошо» (4 балла) – обучающийся демонстрирует средний уровень сформированности компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

– на оценку «удовлетворительно» (3 балла) – обучающийся демонстрирует пороговый уровень сформированности компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

– на оценку «неудовлетворительно» (2 балла) – обучающийся демонстрирует знания не более 20% теоретического материала, допускает существенные ошибки, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

– на оценку «неудовлетворительно» (1 балл) – обучающийся не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.



## 8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

### а) Основная литература:

1. Наумов, В. Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В. Н. Наумов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 404 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-012042-3. - Текст : электронный. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1167893>.
2. Акперов, И. Г. Информационные технологии в менеджменте : учебник / И.Г. Акперов, А.В. Сметанин, И.А. Коноплева. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа: <http://www.znanium.com>].— (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/727](http://www.dx.doi.org/10.12737/727). - ISBN 978-5-16-005001-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1010110>

### б) Дополнительная литература:

1. Алексеева, М. Б. Анализ инновационной деятельности : учебник и практикум для вузов / М. Б. Алексеева, П. П. Ветренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 303 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00483-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450657>.
2. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/447001>.
3. Сторожева Е. В. Бизнес в сети [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. В. Сторожева, А. Н. Старков ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск. - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3377.pdf&show=dcatalogues/1/1139232/3377.pdf&view=true>. - Макрообъект. - ISBN 978-5-9967-1086-7.

### в) Методические указания:

1. Романова М.В. Рынки ИКТ и организация продаж : Лабораторный практикум. – Магнитогорск : Изд-во Магнитогорск. гос. техн. ун-та им. Г.И. Носова, 2016. – 56 с.
2. Сторожева Е. В. Интернет-маркетинг и реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. В. Сторожева, А. Н. Старков ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=3245.pdf&show=dcatalogues/1/1137014/3245.pdf&view=true>. - Макрообъект.

### г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

#### Программное обеспечение:

| Наименование ПО                                  | № договора  | Срок действия лицензии |
|--|---|------------------------|
| MS Windows 7                                     | Д-1227 от 08.10.2018  | 11.10.2021             |
| MS Office 2007                                   | № 135 от 17.09.2007   | бессрочно              |
| Office Visio Prof 2007(подписка Imagine Premium) | последнее обновление Д-1227 от 8.10.2018, № договора Д-775-14 от 24.06.2014 | бессрочно              |
| Google Chrome                                    | свободно распространяемое ПО  | бессрочно              |

#### Профессиональные базы данных и информационные справочные систем

| Название курса  | Ссылка  |
|---|---|
| Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»                         | <a href="https://dlib.eastview.com/">https://dlib.eastview.com/</a>                                 |
| Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)          | URL: <a href="https://elibrary.ru/project_risc.asp">https://elibrary.ru/project_risc.asp</a>        |
| Поисковая система Академия Google (Google Scholar)  | URL: <a href="https://scholar.google.ru/">https://scholar.google.ru/</a>                            |
| Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный институт промышленной собственности»        | URL: <a href="http://www1.fips.ru/">http://www1.fips.ru/</a>  |
| Российская Государственная библиотека. Каталоги   | <a href="https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/">https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/</a> |
| Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова   | <a href="http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp">http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp</a>   |
| Университетская информационная система РОССИЯ   | <a href="https://uisrussia.msu.ru">https://uisrussia.msu.ru</a>                                     |
| Международная наукометрическая реферативная и полнотекстовая база данных научных изданий «Web of science» | <a href="http://webofscience.com">http://webofscience.com</a>                                       |
| Международная реферативная и полнотекстовая справочная база данных  | <a href="http://scopus.com">http://scopus.com</a>   |
| Международная база справочных изданий по всем отраслям знаний SpringerReference                           | <a href="http://www.springer.com/references">http://www.springer.com/references</a>                 |

## 9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

| Тип и название аудитории  | Оснащение аудитории   |
|---|---|
| Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа   | Персональный компьютер (или ноутбук) с пакетом MS Office, с выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Доска, мультимедийный проектор, экран. Мультимедийные презентации к лекциям, учебно-наглядные пособия |
| Учебные аудитории для проведения лабораторных занятий   | Персональные компьютеры с пакетом MS Office, Office Visio Prof 2007; с выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Браузер Google Chrome.   |
| Аудитории для самостоятельной работы: компьютерные классы; читальные залы библиотеки                | Персональные компьютеры с пакетом MS Office, Office Visio Prof 2007; с выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Браузер Google Chrome.   |
| Аудитории для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | Персональные компьютеры с пакетом MS Office, Office Visio Prof 2007 и выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Браузер Google Chrome.  |
| Аудитория для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования № 086                 | Мебель для хранения и обслуживания оборудования (шкафы, столы), учебно-методические материалы, компьютеры, ноутбуки, принтеры.  |