**АННОТАЦИЯ**

**Рабочей программы дисциплины**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Дисциплина*** | **Маркетинг рынка информационно-коммуникационных технологий**  |
| ***Направление подготовки*** | 38.03.02  | Менеджмент  |
| ***Направленность (профиль)*** | Менеджмент в сфере информационных технологий  |
| ***Объем дисциплины*** | 6 з.е. |
| ***Формы промежуточной аттестации*** | Экзамен Курсовая работа  |
| ***Кафедра*** | *Маркетинга и международного менеджмента* |
| ***Краткое содержание дисциплины***  |
| Тема 1. Маркетинговая деятельность предприятия |
| Тема 2. Анализ рынка как этап маркетинговой стратегии предприятия на рынке ИКТ.  |
| Тема 3. Количественные методы анализа рынков ИКТ. |
| Тема 4. Качественные методы анализа рынков ИКТ |
| Тема 5. Методика поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ. |
| Тема 6. Основные источники информации о рынке ИКТ. |
| Тема 7. Анализ и визуализация данных на рынке ИКТ  |
| Тема 8. Средства информационно-коммуникационных технологий для продвижения товаров и услуг |
| Тема 9. Средства на рынке ИКТ для анализа эффективности маркетинговой деятельности |
| Тема 10. Подготовка отчетов о маркетинговой деятельности на рынке ИКТ |
| ***Список литературы***  |
| **Основная литература** 1. Молодецкая, С. Ф. Компьютерные технологии в маркетинге [Текст] : учебное пособие / С. Ф. Молодецкая ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2016. - 86 с. [*http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/16/p486563.pdf*](http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/16/p486563.pdf) 30экз.

**Дополнительная литература** * 1. Винарский, Я.С. Web-аппликация в интернет маркетинге: проектирование , создание и применение [Электронный ресурс]: практическое пособие / Я.С.Винарский, Р.Д.Гутцал.-Москва: ИНФРА-М, 2018. - 269 с. *http://znanium.com/go.php?id=960084*
 |
| ***Перечень информационных технологий, включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем, онлайн курсов, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине***  |
| **Перечень лицензионное программное обеспечение:** - Программы для ЭВМ «Лицензия на право установки и использования операционной системы общего назначения Astra Linux Common Edition ТУ 5011-001-88328866-2008 версии 2.12. Контракт на выполнение работ для нужд УРГЭУ № 35-У/2018 от «13» июня 2018 г.- Программы для ЭВМ «Мой Офис Стандартный. Лицензия Корпоративная на пользователя для образовательных организаций, без ограничения срока действия. Контракт на выполнение работ для нужд УРГЭУ № 35-У/2018 от «13» июня 2018 г.Microsoft Project. Акт предоставления прав № Tr020776 от 07.04.2017**Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**Общего доступа- Справочная правовая система ГАРАНТ- Справочная правовая система Консультант плюс |
| ***Перечень онлайн курсов***  |
| В данной дисциплине не реализуются |
| ***Перечень профессиональных стандартов***  |
| 06.012 Менеджер продуктов в области информационных технологий, утвержден Приказом Минтруда России от 20.11.2014 г. № 915н, рег. № 147 (зарегистрирован в Минюсте России 18.12.2014 N 35273) |

Аннотацию подготовил Попова О.И.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Капустина Л.М.

**Перечень тем курсовых работ**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Дисциплина*** | **Маркетинг рынка информационно-коммуникационных технологий**  |
| ***Направление подготовки*** | 38.03.02 Менеджмент |
| ***Направленность (профиль)*** | Менеджмент в сфере информационных технологий  |
| ***Кафедра*** | *Маркетинга и международного менеджмента* |
| ***Темы курсовых работ***  |
| 1. Анализ рынка с помощью информационно-коммуникационных технологий
 |
| 1. Разработка маркетинговой стратегии компании с помощью информационно-коммуникационных технологий
 |
| 1. Использование информационно-коммуникационных технологий для продвижения компании
 |
| 1. Использование информационно-коммуникационных технологий для продвижения товаров на рынке
 |
| 1. Продвижение услуг с использованием информационно-коммуникационных технологий
 |
| 1. Маркетинговые коммуникации компании на рынке информационно-коммуникационных технологий
 |
| 1. Интернет-маркетинг в деятельности маркетолога компании
 |
| 1. Маркетинговая деятельность компании на рынке информационно-коммуникационных технологий
 |
| 1. Повышение эффективности маркетинговой деятельности организации с помощью информационно-коммуникационных технологий
 |
| 1. Формирование маркетинговой информационной системы организации
 |

Аннотацию подготовил Попова О.И.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Капустина Л.М.