

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Сенченко Павел Васильевич  
Должность: Проректор по учебной работе  
Дата подписания: 11.11.2023 20:11:04  
Уникальный программный ключ:  
27e516f4c088deb62ba68945f4406e13fd454355

# МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

### «ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ» (ТУСУР)

#### АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

#### IT-МАРКЕТИНГ

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**

Направление подготовки / специальность: **38.03.05 Бизнес-информатика**

Направленность (профиль) / специализация: **IT-предпринимательство**

Форма обучения: **очно-заочная (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)**

Факультет: **Факультет дистанционного обучения (ФДО)**

Кафедра: **Кафедра автоматизации обработки информации (АОИ)**

Курс: **5**

Семестр: **9**

Учебный план набора 2021 года

#### Объем дисциплины и виды учебной деятельности

| Виды учебной деятельности                             | 9 семестр | Всего | Единицы |
|---|-----------|-------|---------|
| Лекционные занятия                                    | 4         | 4     | часов   |
| Самостоятельная работа                                | 122       | 122   | часов   |
| Самостоятельная работа под руководством преподавателя | 14        | 14    | часов   |
| Контрольные работы                                    | 4         | 4     | часов   |
| Подготовка и сдача экзамена                           | 36        | 36    | часов   |
| Общая трудоемкость                                    | 180       | 180   | часов   |
| (включая промежуточную аттестацию)                    |           | 5     | з.е.    |

| Формы промежуточной аттестация | Семестр | Количество |
|--------------------------------|---------|------------|
| Экзамен                        | 9       |            |
| Контрольные работы             | 9       | 2          |

## 1. Общие положения

### 1.1. Цели дисциплины

1. формирование у студентов профессиональных знаний и практических навыков по маркетингу в области информационных технологий.

### 1.2. Задачи дисциплины

1. ознакомление с основными направлениями развития инноваций в бизнесе, менеджменте и ИКТ; формирование умений и навыков проведения маркетинговых исследований ИКТ-рынка; 2. освоение базовых методов и инструментов ценообразования и формирования сбытовой политики компании; 3. изучение основ стратегического планирования в сфере продвижения IT-продуктов и оценки эффективности инвестиций в маркетинг.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).

Часть блока дисциплин: Обязательная часть.

Модуль дисциплин: Модуль направления подготовки (special hard skills – SHS).

Индекс дисциплины: Б1.О.03.19.

Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

## 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):

Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

| Компетенция  | Индикаторы достижения компетенции  |
|--|--|
| <b>Универсальные компетенции</b>   |  |
| -  | -  |
| <b>Общепрофессиональные компетенции</b>  |  |
| ОПК-2. Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом | ОПК-2.1. Знает состав базовых информационно-коммуникационных технологий и методологию исследования рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий   |
|  | ОПК-2.2. Умеет выбирать рациональные решения для управления бизнесом, сформированные на базе информационно-коммуникационных технологий; исследовать и анализировать рынок информационных систем и информационно-коммуникационных технологий  |
|  | ОПК-2.3. Владеет навыками использования информационно-коммуникационных технологий в рамках разработки прикладных решений для управления бизнесом; проведения прикладных исследований рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, а также реализации основанной на результатах исследований маркетинговой политики |
| <b>Профессиональные компетенции</b>  |  |
| -  | -  |

## 4. Названия разделов (тем) дисциплины

| Названия разделов (тем) дисциплины                      |
|---|
| <b>9 семестр</b>  |
| 1 Сущность, содержание и принципы маркетинга.           |
| 2 Товар в маркетинге, оценка его конкурентоспособности. |
| 3 Рынки и их сегментирование.                           |

|   |
|---|
| 4 Ценообразование в маркетинге. Ценовая политика.           |
| 5 Маркетинговая среда предприятия. Маркетинговые стратегии. |
| 6 Маркетинговые коммуникации.                               |
| 7 Товародвижение. Каналы распределения.                     |
| 8 Маркетинговые исследования рынка.                         |
| 9 Брендинг и его роль в продвижении товаров.                |
| 10 Управление маркетинговой деятельностью предприятия.      |