

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.5.2 Маркетинговый анализ ИКТ
направление подготовки 09.04.03 Прикладная информатика
(профиль «Прикладная информатика в экономике»)**

Дисциплина Б1.В.ДВ.5.2 Маркетинговый анализ ИКТ изучается в 4 семестре. Предусмотрены лекционные и практические занятия. Отчетность по результатам освоения дисциплины – зачет.

Цель освоения дисциплины – формирование у магистрантов знаний теоретических и методологических основ маркетингового анализа и его инструментов в сфере ИКТ, технологии сегментирования и позиционирования для разработки комплекса маркетинга сервисного предприятия; формирование у магистрантов умений, практических навыков и способностей по организации и осуществлению процессов использования международных информационных ресурсов и стандартов в информатизации предприятий и организаций в сфере ИКТ.

Место дисциплины в структуре образовательной программы. Дисциплина «Маркетинговый анализ ИКТ» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 Дисциплины (модули) (Б1.В.ДВ.5.2).

Содержание дисциплины «Маркетинговый анализ ИКТ» опирается на знания, умения, навыки, сформированные в процессе обучения по образовательной программе – программе бакалавриата, а также на содержание дисциплин «Бизнес-проектирование и планирование» (Б1.В.ОД.2), «Математическое моделирование экономических процессов и систем» (Б1.Б.2).

Содержание дисциплины «Маркетинговый анализ ИКТ» завершает обучение блока экономических дисциплин и выступает опорой для прохождения преддипломной практики.

| Планируемые результаты освоения образовательной программы | | | |
|--|---|--|--|
| Код компет енции | Наименование компетенции | Структурные элементы компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
| ПК-13 | способность проектировать информационные процессы и системы с использованием инновационных инструментальных средств, адаптировать современные ИКТ к задачам прикладных ИС | З1 (ПК-13): инструментальные средства для программирования и проектирования информационных процессов и систем | Знать: - инструментальные средства для проведения маркетингового анализа в сфере ИКТ |
| | | У2 (ПК-13): адаптировать современные ИКТ к задачам прикладных ИС | Уметь: - применять маркетинговый анализ ИКТ в решении задач прикладных ИС. |
| | | В1 (ПК-13): навыками использования инновационных инструментальных средств для проектирования информационных процессов и решения задач современных ИС. | Владеть: - способностью использовать маркетингового анализа ИКТ для решения задач современных ИС на предприятиях. |

Разделы дисциплины включают:

1. Маркетинговый анализ и его инструменты в сфере ИКТ
2. Технологии сегментирования и позиционирования - основа разработки комплекса маркетинга сервисного предприятия

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетная единица.

Составитель – к.э.н., доцент кафедры программирования и автоматизации бизнес-процессов Юровских Е.В.