

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины

«Маркетинг в сфере информационно-коммуникационных технологий»

Целью освоения учебной дисциплины «Маркетинг в сфере информационно-коммуникационных технологий» являются получение системных знаний о методах анализа высокотехнологических рынков, структуре рынка ИТ, его основных участниках,

основных тенденциях, принципах организации отделов маркетинга и продаж решений в

области информационных технологий в компаниях.

Учебная дисциплина «Маркетинг в сфере информационно-коммуникационных технологий» входит в вариативную часть цикла дисциплин по выбору студентов

Б.1. Курс

рассчитан на студентов, «входные» *знания и умения* которых определяются программами

дисциплин «Маркетинг», «Рынки ИКТ и организация продаж»; «Управление ИТ-сервисами

и контентом»; «Электронный бизнес», «Деловые коммуникации».

Задачи освоения учебной дисциплины «Маркетинг в сфере информационно-коммуникационных технологий».

Изучение дисциплины «Маркетинг в сфере информационно-коммуникационных технологий» позволит бакалаврам по направлению «Бизнес-информатика» развить

профессиональные компетенции, связанные с разработкой методики сбора, обработки и

представления информации о том или ином рынке ИТ-продуктов, сервисах и услугах в

России и за рубежом; анализом и прогнозом развития рынка ИТ, а также с подготовкой и

презентацией коммерческих предложений по решениям в области информационных

технологий, направленных на реализацию ИТ-стратегий компаний. Названные компетенции являются неотъемлемыми компонентами высокого уровня

квалификации

специалистов.

Содержание учебной дисциплины «Маркетинг в сфере информационно-коммуникационных технологий».

Раздел 1. Рынки ИТ.

Раздел 2. Организация продаж в области ИТ.