

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

Кафедра «Информационные системы цифровой экономики»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Рынки ИКТ и организация продаж»

Направление подготовки:	<u>38.03.05 – Бизнес-информатика</u>
Профиль:	<u>Информационные системы в бизнесе</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

1. Цели освоения учебной дисциплины

Цель освоения дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» состоит в формировании у студентов понимания профессиональной сущности решаемых задач, овладении технологиями организации бизнеса в сфере информационно коммуникационных технологий.

В рамках изучения дисциплины осуществляется знакомство с понятием и видами бизнес-информации, функциями информационного бизнеса, спецификой предоставления информационной услуги, а так же комплексной оценки качества информационных продуктов и услуг.

Для достижения перечисленных целей при изучении дисциплины ставятся следующие задачи:

- развитие у студентов системного видения организации профессиональной деятельности на рынке информационных услуг и продуктов;
- формирование способностей проведения комплексной оценки качества информационных услуг и продуктов;
- выработка практических навыков разработки стратегии позиционирования фирмы сферы информационного бизнеса в условиях современной конкурентной среды;
- развитие способностей к самостоятельной работе и непрерывному самообразованию.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Рынки ИКТ и организация продаж" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКС-2	Способен принимать решения по управлению техническими, программно-технологическими и человеческими ресурсами
-------	--

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

3 зачетных единиц (108 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

В обучении студентов по данной дисциплине используются: 1. при проведении лекционных занятий: - вводная; - лекция-информация; - проблемная лекция; - лекция визуализация; 2. для проведения лабораторных занятий: - проектная технология; - технология учебного исследования; - техника «круглый стол», - техника «публичная защита»; - технология обучения в сотрудничестве и в малых группах; - технология проблемного обучения; - технологии дистанционного обучения; - разбор конкретных ситуаций..

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

Информационный бизнес (основы)

Тема: Понятие, функции информационного бизнеса.

Тенденции становления и развития информационного бизнеса в России и в мире.

РАЗДЕЛ 2

Бизнес-информация

Тема: Бизнес информация: понятия, виды

Основные источники бизнес-информации (первичные и вторичные). Классификация источников по стратегии поиска

РАЗДЕЛ 3

Информационные услуги

Тема: Информационная услуга

понятие, специфика предоставления. Классификация информационных услуг.

РАЗДЕЛ 4

Информационный продукт, его особенности, виды

Тема: Современные технологии создания информационного продукта

Проектирование информационных модулей. Аналитико-синтетические способы обработки информации. Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг.

Тема: Современные технологии создания информационного продукта

Задачи индивидуального рассмотрения

Тема: Экономическая эффективность информационного бизнеса.

Оценка конкурентоспособности информационного продукта и информационной услуги: показатели, методика оценки

Тема: Экономическая эффективность информационного бизнеса.

Задачи индивидуального рассмотрения

РАЗДЕЛ 5

Организационные формы предприятий сферы информационного бизнеса

Тема: Виды информационной деятельности

Типология фирм сферы информационного бизнеса. Особенности организации деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов: PR-агентство; аудиторская фирма, информационно-аналитический центр, посреднические фирмы, страховое агентство, общественные организации, образовательные учреждения, консалтинговые фирмы и др.

РАЗДЕЛ 6

Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов

Тема: Модель цены.

РАЗДЕЛ 7

Перспективы развития информационного бизнеса

Тема: Разработка и внедрения отраслевых информационных систем

позиционирование отраслевых информационных систем, целевая аудитория, задачи.

Тема: Проблемы, сдерживающие развития информационного бизнеса в России

Внедрение отраслевых информационных систем. Виды услуг на основе отраслевых

информа-ционных систем

Дифференцированный зачет