

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 07.09.2026 13:53:32

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378b4b431615079478900829877e00ff5

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Автономная некоммерческая организация**

**«Образовательная организация высшего образования»**

**«Университет экономики и управления»**

**Факультет экономики, управления и юриспруденции**

**Кафедра управления и бизнес-информатики**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебно-методической работе

\_\_\_\_\_ Г.П. Узунова

«02» февраля 2026 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

### **Б1.О.24 Рынки ИКТ и организация продаж**

Направление подготовки

**38.03.05 Бизнес-информатика**

Образовательная программа

**Специалист по информационным системам и технологиям**

Квалификация выпускника: бакалавр

Для всех  
форм обучения

г. Симферополь, 2026

| <b>Индекс дисциплины по учебному плану</b>                | <b>Наименование дисциплины</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Б1.О.24</b>                                            | <b>РЫНКИ ИКТ И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Цель изучения дисциплины                                  | Формирование у обучающихся представлений о принципах функционирования рынков информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, характеристиках программных и аппаратных компонент, предлагаемых на рынках, вопросах ценообразования и организации продаж; изучение методов проведения исследования и анализа рынка ИС и ИКТ.                                          |
| Место дисциплины в структуре ОПОП                         | Дисциплина относится к обязательной части блока 1. «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины | ОПК-2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Содержание дисциплины                                     | Раздел 1. Рынок ИКТ<br>Тема 1. Структура рынка ИКТ<br>Тема 2. Методы анализа рынка ИТ<br>Раздел 2. Рынок бизнес-приложений<br>Тема 3. Рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений<br>Тема 4. Направления конкурентного анализа<br>Раздел 3. Организация продаж на рынке ИТ<br>Тема 5. Маркетинговые исследования рынков ИКТ<br>Тема 6. Особенности продаж решений и сервисов |
| Общая трудоемкость дисциплины                             | Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Форма промежуточной аттестации                            | <b>Экзамен</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                                                                                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Цель и перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы бакалавриата                                                                      | 5  |
| 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата                                                                                                                                                                | 5  |
| 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся      | 6  |
| 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий                                                            | 7  |
| 5. Контроль качества освоения дисциплины                                                                                                                                                                         | 10 |
| 6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины                                                                                                                                                                    | 10 |
| 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины                                                                                                                    | 10 |
| 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....                                                                                                | 11 |
| 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины                                                                                                                                                  | 11 |
| 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) | 12 |
| 11. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине                                                                                        | 12 |
| 12. Приложение к РПД                                                                                                                                                                                             |    |

## **1. ЦЕЛЬ И ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА**

Целью изучения дисциплины Рынки ИКТ и организация продаж является формирование у обучающихся представлений о принципах функционирования рынков информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, характеристиках программных и аппаратных компонент, предлагаемых на рынках, вопросах ценообразования и организации продаж; изучение методов проведения исследования и анализа рынка ИС и ИКТ.

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

| <b>Коды компетенции</b> | <b>Результаты освоения ОПОП</b>                                                                                                                                         | <b>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине</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 методы исследования рынков информационно-коммуникационных технологий, а также классификацию информационных систем управления производственной компанией.<br>ОПК-2.2. Умеет грамотно проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, осуществлять выбор рациональных решений для управления бизнесом, исходя из предложений рынка ИС и ИКТ.<br>ОПК-2.3. Владеет методами исследования и анализа рынка ИС и ИКТ, подходами к выбору рациональных решений для управления бизнесом |

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА**

Дисциплина Б1.О.24 Рынки ИКТ и организация продаж относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика. Дисциплина Рынки ИКТ и организация продаж изучается обучающимися очной и очно-заочной форм обучения в 5 семестре.

При изучении данной дисциплины обучающийся использует знания, умения и навыки, которые сформированы в процессе изучения предшествующих дисциплин: Микроэкономика, Информационные системы и технологии в экономике и управлении, Управление ИТ-сервисами и контентом, Управление жизненным циклом информационных систем.

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины Рынки ИКТ и организация продаж, будут необходимы для углубленного и осмысленного восприятия дисциплин Основы цифровой экономики, Планирование и организация работы малых проектно-внедренческих групп, Электронный бизнес, Электронная коммерция, а также для учебной практики (ознакомительная практика), производственной практики, при подготовке выпускной квалификационной работы.

Область профессиональной деятельности, на которую ориентирует дисциплина Рынки ИКТ и организация продаж, включает: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии.

Типы задач, к которым готовится обучающийся, определены учебным планом, а

именно:

- проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий;
- выбирать рациональные решения для управления бизнесом.

### **3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зачетных единицы (з.е.), 108 академических часов.

#### **3.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)**

##### **Для очной формы обучения**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы, 108 часов.

| <b>Объём дисциплины</b>                    | <b>Всего часов</b> |
|--------------------------------------------|--------------------|
| Общая трудоемкость дисциплины              | 108                |
| Контактная работа                          | 36                 |
| Аудиторная работа (всего):                 | 36                 |
| Лекции                                     | 12                 |
| Семинары, практические занятия             | 24                 |
| Самостоятельная работа обучающихся (всего) | 36                 |
| Курсовая работа                            | -                  |
| Зачет                                      | -                  |
| Экзамен                                    | 36                 |

##### **Для очно-заочной формы обучения**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы 108 часов

| <b>Объём дисциплины</b>                    | <b>Всего часов</b> |
|--------------------------------------------|--------------------|
| Общая трудоемкость дисциплины              | 108                |
| Контактная работа                          | 28                 |
| Аудиторная работа (всего):                 | 28                 |
| Лекции                                     | 10                 |
| Семинары, практические занятия             | 18                 |
| Самостоятельная работа обучающихся (всего) | 44                 |
| Курсовая работа                            | -                  |
| Зачет                                      | -                  |
| Экзамен                                    | 36                 |

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

##### 4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

| № темы                                   | Наименование темы                                     | Всего |      | Количество часов  |      |              |      |                  |      |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------|------|-------------------|------|--------------|------|------------------|------|
|                                          |                                                       | ОФО   | ОЗФО | Контактная работа |      |              |      | Внеаудит. работа |      |
|                                          |                                                       |       |      | Лекции            |      | Практические |      | Самост. работа   |      |
|                                          |                                                       |       |      | ОФО               | ОЗФО | ОФО          | ОЗФО | ОФО              | ОЗФО |
| Раздел 1. Рынок ИКТ                      |                                                       | 24    | 18   | 4                 | 2    | 8            | 4    | 12               | 12   |
| 1.                                       | Структура рынка ИКТ                                   | 12    | 9    | 2                 | 1    | 4            | 2    | 6                | 6    |
| 2.                                       | Методы анализа рынка ИТ                               | 10    | 9    | 2                 | 1    | 4            | 2    | 6                | 6    |
| Раздел 2. Рынок бизнес-приложений        |                                                       | 24    | 26   | 4                 | 4    | 8            | 6    | 12               | 16   |
| 3.                                       | Рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений | 12    | 14   | 2                 | 2    | 4            | 4    | 6                | 8    |
| 4.                                       | Направления конкурентного анализа                     | 12    | 12   | 2                 | 2    | 4            | 2    | 6                | 8    |
| Раздел 3. Организация продаж на рынке ИТ |                                                       | 24    | 28   | 4                 | 4    | 8            | 8    | 12               | 16   |
| 5.                                       | Маркетинговые исследования рынков ИКТ                 | 12    | 14   | 2                 | 2    | 4            | 4    | 6                | 8    |
| 6.                                       | Особенности продаж решений и сервисов                 | 12    | 14   | 2                 | 2    | 4            | 4    | 6                | 8    |
|                                          | Всего по дисциплине                                   | 72    | 72   | 12                | 10   | 24           | 18   | 36               | 44   |
|                                          | Контроль                                              | 36    | 36   |                   |      |              |      |                  |      |
|                                          | Итого                                                 | 108   | 108  |                   |      |              |      |                  |      |

##### 4.2 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

###### Раздел 1. Рынок ИКТ

###### Тема 1. Структура рынка ИКТ

Определение понятий «рынок», «рыночная среда». Классификация рынков. Рынки ИКТ. Эволюция рынка ИТ. Основные тенденции развития рынка ИТ. Прогноз перспективных для России ИТ-технологий. Объем и динамика роста рынка ИКТ, основные технологические и бизнес-факторы развития.

###### Тема 2. Методы анализа рынка ИТ

Анализ рынка как этап маркетинговой стратегии, продвижения товаров и услуг, конкурентной борьбы. Методы анализа рынков. Методика поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ. Основные источники информации о рынке ИКТ. Технологические, отраслевые, страноведческие аспекты анализа. Компании, производящие аналитические оценки ИКТ-рынков, их методики и основные материалы.

###### Раздел 2. Рынок бизнес-приложений

###### Тема 3. Рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений

Мировой и российский рынок горизонтальных бизнес-приложений: ERP, CRM, SCM, BI, электронный документооборот. Рынок вертикальных бизнес-приложений:

информационные системы торговых компаний, билингвовые системы в деятельности операторов связи, банковские системы. Рынок системной интеграции, бизнес- и ИТ-консалтинга.

#### **Тема 4. Направления конкурентного анализа**

Рыночная конкуренция. Цель конкурентного анализа. Направления конкурентного анализа. модель М. Портера. Ценовая и неценовая конкуренция. Базисный анализ (бенчмаркинг). Определение конкурентного положения фирм. Типы рынков: чистая конкуренция, чистая монополия, монополистическая конкуренция, олигополия. Конкурентное преимущество. Оценка конкурентоспособности фирмы. Оценка конкурентоспособности продукции. Виды конкурентных стратегий.

#### **Раздел 3. Организация продаж на рынке ИТ**

##### **Тема 5. Маркетинговые исследования рынков ИКТ**

Цели и задачи маркетинговых исследований. Крупнейшие агентства, занимающиеся маркетинговыми исследованиями рынка ИКТ. Методы сбора маркетинговой информации. Методы анализа и прогноза маркетинговой информации. Особенности исследований рынка ИКТ. Анализ покупательского поведения, сегментирование и позиционирование. Методы определения и удовлетворения целевого рынка. Позиционирование товаров в целевых сегментах. Анализ покупательского поведения потребителей. Модель поведения покупателей на рынке B2B. Модель поведения покупателей на потребительском рынке.

##### **Тема 6. Особенности продаж решений и сервисов**

Организация продаж ИКТ-продуктов. Методология и особенности продажи решений и сервисов. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж. Построение партнерской маркетинговой сети и продаже решений. Построение отделов маркетинга и продаж и методики эффективных продаж. Групповые презентации коммерческих предложений. Рынок труда в отрасли ИТ в России и других странах.

#### **4.3. Содержание практических занятий (очная форма обучения)**

| Разделы, темы, дидактические единицы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>РАЗДЕЛ 1. РЫНОК ИКТ</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Тема 1. Структура рынка ИКТ (2 часа)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Классификация маркетинговой информации.</li> <li>2. Поиск информации при проведении маркетинговых исследований.</li> <li>3. Подготовить электронную презентацию о рынке ИКТ за последние три года.</li> </ol>                                                                                                                                                                     |
| <b>Тема 2. Методы анализа рынка ИТ (2 часа)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовить электронную презентацию по сегментированию рынка ИКТ.</li> <li>2. Какие атрибуты позиционирования наиболее популярны на потребительском рынке ИКТ?</li> <li>3. Выделить три типа маркетинговой информации, владение которой дало бы возможность улучшить работу известной вам организации.</li> </ol>                                                             |
| <b>РАЗДЕЛ 2. РЫНОК БИЗНЕС-ПРИЛОЖЕНИЙ</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Тема 3. Рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений</b> <p>Выбрать одну группу бизнес-приложений из списка: ERP, CRM, SCM, BI, электронный документооборот. Проанализировать рынок данной группы бизнес-приложений по пунктам:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– продукция;</li> <li>– потребители;</li> <li>– ценовая политика;</li> <li>– организация товародвижения;</li> <li>– рекламная политика;</li> <li>– имидж предприятия;</li> </ul> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– организация работ по маркетингу на предприятии;</li> <li>– новые направления деятельности;</li> <li>– направления глобальной стратегии;</li> <li>– направления управленческой стратегии.</li> </ul>                                                                         |
| <b>Тема 4. Направления конкурентного анализа. Анализ себестоимости ИТ продукции.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проанализировать расходы на создание информационной продукции.</li> <li>2. Как можно уменьшить себестоимость продукции? На чем можно сократить расходы?</li> </ol>                    |
| <b>РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ИТ</b>                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Тема 5. Маркетинговые исследования рынков ИКТ</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методы определения и удовлетворения целевого рынка. Анализ покупательского поведения потребителей.</li> <li>2. Сегментирование рынка.</li> <li>3. Позиционирование товаров в целевых сегментах.</li> </ol>            |
| <b>Тема 6. Особенности продаж решений и сервисов</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составить продуктовый портфель услуг ИТ-консалтинга фирм, присутствующих на российском рынке.</li> <li>2. Составить продуктовый портфель услуг ИТ-консалтинга фирм, присутствующих на международном рынке.</li> </ol> |

#### 4.4. Содержание самостоятельной работы

| Разделы, темы, дидактические единицы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| РАЗДЕЛ 1. РЫНОК ИКТ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Тема 1. Структура рынка ИКТ</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Функции рынка.</li> <li>2. Квалификационные признаки рынков.</li> <li>3. Составляющие рыночной среды.</li> <li>4. Контролируемые и неконтролируемые факторы рыночной среды.</li> <li>5. Основные тенденции последних лет на рынке ИКТ.</li> <li>6. Эффективное использование ИКТ – важнейший фактор развития бизнеса.</li> </ol>                                                                                                             |
| <b>Тема 2. Методы анализа рынка ИТ</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое «емкость рынка»? Какими способами можно оценить емкость рынка?</li> <li>2. Основные методы оценки влияния рыночной среды на продажи.</li> <li>3. Какими способами может осуществляться адаптация компании к действию рыночных факторов?</li> <li>4. Что означают понятия «потенциальный рынок», «рынок проникновения», «доступный рынок»?</li> <li>5. Внутренние и внешние источники вторичных данных о рынках ИКТ.</li> </ol> |
| РАЗДЕЛ 2. РЫНОК БИЗНЕС-ПРИЛОЖЕНИЙ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Тема 3. Рынок горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рынок бизнес-приложений для телефонов.</li> <li>2. Рынок системной интеграции, бизнес- и ИТ-консалтинга.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Тема 4. Направления конкурентного анализа. Анализ себестоимости ИТ продукции</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Различие предметной, видовой и функциональной конкуренции.</li> <li>2. Какие показатели используют для измерения интенсивности конкуренции?</li> <li>3. Конкурентная карта рынка.</li> <li>4. Основные этапы методики оценки конкурентоспособности товара.</li> <li>5. Интегральный коэффициент конкурентоспособности.</li> </ol>                                                           |
| РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ИТ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Тема 5. Маркетинговые исследования рынков ИКТ</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какие виды экспериментов используются при проведении маркетинговых</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

исследований?

2. Методы определения и удовлетворения целевого рынка.
3. Различия между конечными (индивидуальными) потребителями и потребителями-предприятиями.
4. Модель поведения покупателей на рынке B2B.

#### **Тема 6. Особенности продаж решений и сервисов**

1. Структуры издержек при организации активных и пассивных продаж.
2. Организация процесса личных продаж.
3. Преимущества и недостатки электронной коммерции.
4. Бизнес-модель разработчиков программного обеспечения.
5. Бизнес-модель поставщиков коммуникационных услуг.
6. Сервисы и программное обеспечение, имеющие отношение к так называемой третьей платформе.

### **5. КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Текущий контроль и промежуточная аттестация осуществляются в соответствии с «Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в Автономной некоммерческой организации «Образовательная организация высшего образования» «Университет экономики и управления».

Вид промежуточной аттестации – экзамен. Форма проведения промежуточной аттестации – письменный экзамен.

Фонд оценочных средств по дисциплине приведен в приложении к РПД.

### **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Мотина, В. Г. Рынки ИКТ и организация продаж : учебное пособие (курс лекций) / В. Г. Мотина. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2024. — 72 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/148636.html> (дата обращения: 16.01.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

### **7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### ***а) основная литература:***

1. Мотина, В. Г. Рынки ИКТ и организация продаж : учебное пособие (курс лекций) / В. Г. Мотина. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2024. — 72 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/148636.html> (дата обращения: 16.01.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Симченко, Н. А. Теория отраслевых рынков : учебное пособие / Н. А. Симченко, М. В. Горячих. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 148 с. — ISBN 978-5-4486-0786-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85752.html> (дата обращения: 21.01.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 353 с. — ISBN 978-5-4497-1589-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119289.html> (дата обращения: 21.01.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/119289>

#### ***б) дополнительная литература:***

4. Косова, Л. Н. Маркетинг : практикум / Л. Н. Косова, Ю. А. Косова. — Москва : Российский государственный университет правосудия, 2021. — 97 с. — ISBN 978-5-

93916-957-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/117244.html> (дата обращения: 21.01.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. . Экономическое обоснование разработки программного продукта : учебно-методическое пособие для бакалавров / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 108 с. — ISBN 978-5-4497-1706-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122612.html> (дата обращения: 21.01.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Захарова, Ю. А. Стратегии продвижения товаров / Ю. А. Захарова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 158 с. — ISBN 978-5-394-04006-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99370.html> (дата обращения: 21.01.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

## **8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Цифровая библиотека IPRsmart: сайт/ Общество с ограниченной ответственностью Компания «Ай Пи Ар Медиа». — Саратов, 2022 — . — URL: <http://www.iprbookshop.ru/> — Текст: электронный.

2. TADVISER. Государство. Бизнес. Технологии [сайт]. — Москва, 2005 — . — URL: <https://www.tadviser.ru/> — Текст: электронный.

3. Soware.Ru - Умный выбор систем для бизнеса [сайт]. — Санкт-Петербург, 2023 — URL: <https://soware.ru/> — Текст: электронный.

4. Федеральная служба государственной статистики РФ (Росстат): официальный сайт. — Москва, 1999 — . — URL: <https://rosstat.gov.ru/> — Текст: электронный.

5. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым (Крымстат): официальный сайт. — Симферополь — URL: <https://crimea.gks.ru> — Текст: электронный.

6. Гарант.ру: информационно-правовой портал. — Москва, 2014 — . — URL: <http://www.garant.ru/> — Текст: электронный

## **9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

При проведении лекций, семинарских (практических) занятий, самостоятельной работе обучающихся применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения обучающихся в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и обучающиеся) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

– творческое задание. Выполнение творческих заданий требует от обучающегося воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода;

– групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

В ходе освоения дисциплины при проведении контактных занятий используются следующие формы обучения, способствующие формированию компетенций: лекции-дискуссии; кейс-метод; решение задач; ситуационный анализ; обсуждение рефератов и

докладов; разработка групповых проектов; встречи с представителями государственных и общественных организаций.

#### **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)**

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- \*программы, обеспечивающие доступ в сеть «Интернет» (например, «Google chrome»);

- \*программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);

- \*программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»);

- \*табличный процессор (например, «Microsoft Excel»).

#### **11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Для преподавания дисциплины требуются специальные материально-технические средства (компьютерные классы.). Во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, можно использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала, мультимедийные проекторы Epson, Benq ViewSonic; экраны для проекторов; ноутбуки Asus, Lenovo, микрофоны.

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Microsoft, Windows, Microsoft Office, LibreOffice, Архиватор 7-zip, Adobe Reader, КонсультантПлюс, Kaspersky Security, VLC, Media Player, Прометей.