

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Агабекян Раиса Левоновна  
Должность: ректор  
Дата подписания: 18.09.2023 09:53:12  
Уникальный программный ключ:  
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcda9201d015c4dbaa123174747309b9b0cbe

**Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)**  
**(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)**

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе, доцент  
\_\_\_\_\_ Н.И. Севрюгина  
17 апреля 2023 г.

**Б1.Б.22**  
**Рынки ИКТ и организация продаж**  
**рабочая программа дисциплины (модуля)**

Закреплена за кафедрой **Кафедра государственного и корпоративного управления**  
Учебный план **38.03.05 БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА**  
Квалификация **бакалавр**  
Форма обучения **очная**  
Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**  
Часов по учебному плану **108** Виды контроля в семестрах:  
в том числе: **зачеты 8**  
аудиторные занятия **48**  
самостоятельная работа **59,8**  
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР) **0**

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	<b>8 (4.2)</b>		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Неделя	12 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	24	24	24	24
Практические	24	24	24	24
Контактная работа на аттестации	0,2	0,2	0,2	0,2
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48,2	48,2	48,2	48,2
Сам. работа	59,8	59,8	59,8	59,8
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):  
*кэн, доцент, Мугаева Е.В.*

Рецензент(ы):  
*Должность директор ООО "ГорРемСтрой Управление", г. Краснодар , Феодоров М.Г.*

Рабочая программа дисциплины  
**Рынки ИКТ и организация продаж**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:  
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.05 БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 11.08.2016 г. № 1002)

составлена на основании учебного плана:  
38.03.05 БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА  
утвержденного учёным советом вуза от 13.04.2020 протокол № 8.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры  
**Кафедра государственного и корпоративного управления**

Протокол от 04.04.2023 г. № 8

Зав. кафедрой Мугаева Екатерина Викторовна

Согласовано с представителями работодателей на заседании НМС, протокол №9 от 17 апреля 2023 г.

Председатель НМС проф. Павелко Н.Н.

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1.1	Целью освоения дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» является формирование компетенций обучающихся по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес информатика в области тенденций развития рынка ИКТ, product-management ИКТ, актуальных вопросов ИКТ-бизнеса.
Задачи:	<input type="checkbox"/> достичь понимания студентами понятия и структуры информационно-коммуникативных технологий; <input type="checkbox"/> показать тенденции развития рынка информационно-коммуникационных технологий; <input type="checkbox"/> сформировать у студентов взгляд на российских производителей ИТ и их деятельность на отечественном и зарубежном рынках

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Цикл (раздел) ОП:	Б1.Б
2.1	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.2	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>

**3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ****и планируемые результаты обучения**

<b>ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности</b>	
:	
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	на низком уровне использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
Уровень 2	на среднем уровне использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
Уровень 3	на высоком уровне использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

<b>ОПК-1: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</b>	
:	
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры
Уровень 2	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий
Уровень 3	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

<b>ОПК-2: способностью находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность; готов к ответственному и целеустремленному решению поставленных профессиональных задач во взаимодействии с обществом, коллективом, партнерами</b>	
:	
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	способностью находить организационно-управленческие решения
Уровень 2	способностью находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность
Уровень 3	способностью находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность; готов к ответственному и целеустремленному решению поставленных профессиональных задач во взаимодействии с обществом, коллективом, партнерами

<b>ПК-2: проведение исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий</b>	
:	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	методы проведения исследования рынка информационных систем
Уровень 2	методы проведения исследования и анализа рынка информационных систем
Уровень 3	методы проведения исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникативных технологий

<b>ПК-18: способностью использовать соответствующий математический аппарат и инструментальные средства для обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования</b>	
:	

<b>Уметь</b>	
Уровень 1	использовать соответствующий математический аппарат для обработки и систематизации информации по теме исследования
Уровень 2	использовать соответствующий математический аппарат для обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования
Уровень 3	использовать соответствующий математический аппарат и инструментальные средства для обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования

**ПК-19: умение готовить научно-технические отчеты, презентации, научные публикации по результатам выполненных исследований**

<b>Уметь</b>	
Уровень 1	готовить научно-технические отчеты по результатам выполненных исследований
Уровень 2	готовить научно-технические отчеты, презентации по результатам выполненных исследований
Уровень 3	готовить научно-технические отчеты, презентации, научные публикации по результатам выполненных исследований

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Практ. подг.
	<b>Раздел 1. Тема 1 Понятие и структура информационно-коммуникативных технологий</b>					
1.1	1.1 Понятие и этапы развития ИКТ 1.2 Совокупность средств ИКТ /Лек/	8	2		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
1.2	Практическое задание по теме 1. Осуществите классификацию известных ИКТ, заполнив пустые ячейки таблицы (по приведенным примерам) /Пр/	8	2		Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
1.3	Выбрать направление (ИКТ-продукт) по которому студент будет работать 1. Краткое описание продукта Характеристика продукта, его название /Ср/	8	10,8		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
	<b>Раздел 2. Тема 2 Тенденции развития рынка информационно-коммуникационных технологий</b>					
2.1	2.1 Тенденции мирового ИТ-рынка 2.2 Состояние и прогнозы рынка ИКТ в 2019 году 2.3 Современное состояние и прогноз развития рынка ИКТ в 2020 году 2.4 Влияние COVID-19 на мировые ИКТ-расходы /Лек/	8	2		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
2.2	Практические задания. 1. Проанализировать данные, представленные в таблицах лекционного материала, анализ необходимо аргументировать. Объем аналитического эссе – 0,5 стр. 2. На основе анализа данных, представленных в документе Excel осуществить анализ использования ИКТ продуктов в России /Пр/	8	2		Л1.1 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	

2.3	В соответствии с выбранным ИКТ-продуктом охарактеризовать: 2. Целевая аудитория Для кого предназначен ИКТ-продукт /Ср/	8	11		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
	<b>Раздел 3. Тема 3 Российские производители ИКТ и их деятельность на отечественном и зарубежном рынках</b>					
3.1	3.1 Российские компании, создающие ИКТ 3.2 Примеры успешной деятельности за рубежом российских компаний в сфере ИКТ /Лек/	8	2		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
3.2	Практические задания 1. Дайте ответ на вопрос: Есть ли будущее у информационных технологий российских компаниях? Ответ аргументируйте конкретными фактами и цифровым материалом. Ссылка на источник информации обязательна 2. Изучите Стратегию развития российского сектора электроники до 2030 года. ( <a href="https://minpromtorg.gov.ru/docs/#!strategiya_razvitiya_elektronnoy_promyshlennosti_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2030_goda1233">https://minpromtorg.gov.ru/docs/#!strategiya_razvitiya_elektronnoy_promyshlennosti_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2030_goda1233</a> ). Заполнить представленную ниже таблицу, дать краткий (на 0,5 стр.) анализ документа /Пр/	8	2		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
3.3	по выбранному ИКТ продукту осуществить: 3. Описание конкурентов Перечень конкурентов, предлагающих подобные продукты (рабочая ссылка на ИКТ-продукт конкурентов обязательна) /Ср/	8	10		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
	<b>Раздел 4. Тема 4 Product-management ИКТ. Часть 1: создание продукта</b>					
4.1	4.1 Понятие ИКТ-продукта и его категории 4.2 Признаки качественного и некачественного ИКТ-продукта 4.3 Этапы создания ИКТ-продукта 4.4 Ценообразование ИКТ-продукта /Лек/	8	6		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
4.2	Практическое задание Создать собственный ИКТ-продукт, заполнив 2 столбик таблицы, приведенной ниже (согласно описанию требований к содержанию ответа). /Пр/	8	6		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	2
4.3	по выбранному ИКТ продукту осуществить расчёты 4. Цена продукта Студент аргументированно обосновывая стоимость своего ИКТ-продукта /Ср/	8	10		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
	<b>Раздел 5. Тема 5 Product-management ИКТ. Часть 2: продажа продукта</b>					
5.1	5.1 Поиск потенциальных клиентов 5.2 Организация продажи ИКТ-продуктов /Лек/	8	6		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	

5.2	Практическое задание Разместить для продажи свой ИКТ-продукт: рабо-тающая ссылка обязательна /Пр/	8	6		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	2
5.3	по выбранному продукту осуществить? 5. Решение по упаковке Описание формата упаковки	8	8		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
<b>Раздел 6. Тема 6 Актуальные вопросы ИКТ-бизнеса</b>						
6.1	6.1 ИКТ- продукты, пользующиеся наибольшим спросом 6.2 Регистрация ИКТ-бизнеса 6.3 Ошибки, которые допускают в ИКТ-бизнесе 6.4 Преимущества и недостатки ИКТ-бизнеса 6.5 Сколько можно зарабатывать в ИКТ-бизнесе /Лек/	8	6		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
6.2	Ошибки, которые допускают в ИКТ-бизнесе Преимущества и недостатки ИКТ-бизнеса Сколько можно зарабатывать в ИКТ-бизнесе /Пр/	8	6		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
6.3	6. Краткое описание маркетинга ИКТ-продукта Студент дает краткую характеристику маркетинговой стратегии: форма и методы продвижения, повышения уровня конкурентоспособности и конкурентной борьбы и пр. /Ср/	8	10		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	
6.4	зачет /КА/	8	0,2		Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.1 Л2.2	

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Понятие и этапы развития ИКТ
2. Совокупность средств ИКТ
3. Тенденции мирового ИТ-рынка
4. Состояние и прогнозы рынка ИКТ в 2019 году
5. Современное состояние и прогноз развития рынка ИКТ в 2020 году
6. Влияние COVID-19 на мировые ИКТ-расходы
7. Российские компании, создающие ИКТ
8. Примеры успешной деятельности за рубежом российских компаний в сфере ИКТ
9. Понятие ИКТ-продукта и его категории
10. Признаки качественного и некачественного ИКТ-продукта
11. Этапы создания ИКТ-продукта
12. Ценообразование ИКТ-продукта
13. Поиск потенциальных клиентов
14. Организация продажи ИКТ-продуктов
15. ИКТ- продукты, пользующиеся наибольшим спросом
16. Регистрация ИКТ-бизнеса
17. Ошибки, которые допускают в ИКТ-бизнесе
18. Преимущества и недостатки ИКТ-бизнеса
19. Сколько можно зарабатывать в ИКТ-бизнесе

### 5.2. Темы письменных работ

Письменная работа выполняется в виде практического задания.

Создать собственный ИКТ-продукт, заполнив 2 столбик таблицы, приведенной ниже (со-гласно описанию требований к содержанию ответа).

- |                              |                                       |
|------------------------------|---------------------------------------|
| 1. Краткое описание продукта | Характеристика продукта, его название |
|------------------------------|---------------------------------------|

2. Целевая аудитория	Для кого предназначен ИКТ-продукт
3. Описание конкурентов (обязательна)	Перечень конкурентов, предлагающих подобные продукты (рабочая ссылка на ИКТ-продукт)
4. Цена продукта	Студент аргументированно обосновывает стоимость своего ИКТ-продукта
5. Решение по упаковке	Описание формата упаковки ИКТ-продукта
6. Краткое описание маркетинга ИКТ-продукта	Студент дает краткую характеристику маркетинговой стратегии: форма и методы продвижения, повышения уровня конкурентоспособности и конкурентной борьбы и пр.

### 5.3. Фонд оценочных средств

#### ТЕСТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### «РЫНКИ ИКТ И ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДАЖ»

Информационным называется общество, где:

в) большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации.

Информатизация общества – это:

в) процесс повсеместного распространения и использования вычислительной техники;

Информационный ресурс – это:

б) сырье для деятельности информационной индустрии

4. Информационный продукт представляет собой:

б) документированный информационный ресурс, выдаваемый в виде товара;

5. Рынок информационных продуктов и услуг – это:

в) система экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуальной деятельности на коммерческой основе.

6. Информационная культура общества предполагает:

а) знание об информационных продуктах и услугах;

в) умение работать с информационными ресурсами и средствами информационных коммуникаций.

7. Информация – это...

в) сведения об окружающем мире и протекающих в нем процессах, воспринимаемые человеком непосредственно или с помощью специальных устройств;

8. Коммуникация – это:

а) общение;

9. Что такое ИКТ?

в) ИКТ – совокупность методов, производственных процессов, программно-технических средств, интегрированных с целью сбора, обработки, хранения, распространения и использования информации.

10. Какая информация относится к сектору «деловая информация» на рынке информационных продуктов и услуг?

в) коммерческая информация;

11. Информационные технологии – это:

в) совокупность операций по сбору, обработке, передаче и хранению данных с использованием методов и средств автоматизации.

12. Одной из основных функций службы маркетинга компании при продажах ИКТ продукции:

в) мотивация организации продаж.

13. На что направлена стратегия «проталкивания» ИКТ-продукта?

в) на получение максимальной прибыли.

14. Реселлер – это:

г) компания, предоставляющая дополнительные возможности и услуги к продаваемым продуктам других поставщиков.

15. Максимальный размер цены ИКТ продукта определяется:

а) спросом;

16. Политика максимальной возможной начальной цены с ее постепенным снижением, применяемой к новым товарам

называется:

в) политика «снятия сливок».

17. Метод ценообразования по которому фирма прежде всего ориентируется на конкурентов называется:

в) метод установления цены по аналогии.

18. Метод, в котором главным фактором ценообразования является восприятие и оценка товара покупателем называется:

б) метод установления цены на основе ощущения потребительской ценности товара;

19. Главное отличие затратных и параметрических методов ценообразования на ИКТ продукцию:

а) первые учитывают себестоимость, а вторые цену основных параметров товара;

20. Цена безубыточности – это, как правило:

а) рыночная цена, ориентированная на спрос;

21. К какому признаку классификации методов продаж относят активные продажи?

б) по уровню активности;

22. В зависимости от регулируемости цены могут быть:

а) мировые;

23. У каких провайдеров розничные цены самые высокие?

в) национальных.

24. Какие виды цен на используют, если требуется оценить динамику производства и продаж информационных продуктов и услуг в натуральном объеме?

а) фактические;

б) прогнозируемые;

в) сопоставимые.

25. Для средств вычислительной техники и средств связи практикуется:

а) продажа в полную собственность по рыночно

#### 5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования обучающихся, по результатам выполнения самостоятельных работ. Формами диагностического контроля лекционной части данной дисциплины являются устные опросы и собеседования. Текущий контроль призван, с одной стороны, определить уровень продвижения обучающихся в освоении дисциплины и диагностировать затруднения в освоении материала, а с другой – показать эффективность выбранных средств и методов обучения. Формы контроля могут варьироваться в зависимости от содержания раздела дисциплины: контролем освоения содержания раздела могут являться коллоквиум, выполнение учебных индивидуальных заданий в ходе практических занятий, мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный или письменный), презентация результатов проектной деятельности, выполнение тестовых заданий. Формы такого контроля выполняют одновременно и обучающую функцию.

Промежуточная аттестация направлена на определение уровня сформированности компетенций по дисциплине в целом.

Для комплексного планирования и осуществления всех форм учебной работы и контроля используется балльно-рейтинговая система (БРС). Все элементы учебного процесса (от посещения лекции до выполнения письменных заданий) соотносятся с определённым количеством баллов. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг

каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность решений поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему. Форма текущего контроля знаний – работа обучающегося на практических занятиях. Форма промежуточных аттестаций – итоговый тест по темам текущего раздела.

По дисциплине предусмотрен текущий контроль в виде тестирования, итоговый контроль в виде зачёта. Порядок проведения текущего контроля и итогового контроля по дисциплине (промежуточный контроль) строго соответствует «Положению о проведении контроля успеваемости студентов в НАН ЧОУ ВО Академии ИМСИТ». В перечень включаются вопросы из различных разделов курса, позволяющие проверить и оценить теоретические знания студентов. Текущий контроль засчитывается на основе полноты раскрытия темы и выполнения представленных заданий. Для проведения зачёта в устной, письменной или тестовой форме разрабатывается перечень вопросов, утверждаемых на кафедре.

Контрольно-оценочные средства для проведения промежуточной и итоговой аттестации обучающихся прилагаются.

Перечень видов и форм контроля дисциплины:

- выполнение учебных индивидуальных заданий в ходе практических занятий;
- контрольный опрос (устный);
- выполнение тестового задания;
- выполнение кейсов по темам занятий;
- выполнение практических работ;
- решение задач.



<b>6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>			
<b>6.1. Рекомендуемая литература</b>			
<b>6.1.1. Основная литература</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Гнатюк О. Л.	Основы теории коммуникации: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2019, URL: <a href="https://book.ru/book/931418">https://book.ru/book/931418</a>
Л1.2	Юденков Ю. Н., Тысячникова Н. А., Сандалов И. В., Ермаков С. Л.	Интернет-технологии в банковском бизнесе: перспективы и риски: Учебно-практическое пособие	Москва: КноРус, 2021, URL: <a href="https://book.ru/book/941532">https://book.ru/book/941532</a>
Л1.3	Шарков Ф.И.	Коммуникология: основы теории коммуникации: Учебник	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=358540">http://znanium.com/catalog/document?id=358540</a>
Л1.4	Кожемякин Е.А.	Основы теории коммуникации: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=369159">http://znanium.com/catalog/document?id=369159</a>
Л1.5	Наумов В.Н.	Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022, URL: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=379820">https://znanium.com/catalog/document?id=379820</a>
<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Кабашов С.Ю.	Электронное правительство. Электронный документооборот. Термины и определения: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021, URL: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=363616">https://znanium.com/catalog/document?id=363616</a>
Л2.2	Башин Ю.Б., Дремова Ю.Г.	Экономика информационного общества: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=368124">http://znanium.com/catalog/document?id=368124</a>
<b>6.3.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства</b>			
6.3.1.1	Windows 10 Pro RUS Операционная система – Windows 10 Pro RUS Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021		
6.3.1.2	7-Zip Архиватор 7-Zip Программное обеспечение по лицензии GNU GPL		
6.3.1.3	1С:Предприятие 8. Комплект 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)		
6.3.1.4	SMath Studio Программа для вычисления математических выражений и построения графиков функций Программное обеспечение по лицензии GNU GPL		
6.3.1.5	Kaspersky Endpoint Security 11 Kaspersky Endpoint Security 11 для Windows Договор № ПР-00035750 от 13 декабря 2022г. (ООО Прима АйТи)		
6.3.1.6	ПАРУС-Бюджет 8.5.6.1 Платформа ПАРУС-Бюджет 8 Договор № 001-1 от 09.01.2017, Товарная накладная №1 от 23.01.2017		
6.3.1.7	10-Strike File search pro Программа поиска файлов и документов в сети Лицензионный сертификат от 01.01.2011		
6.3.1.8	УМКК «Телекоммуникации и сети» Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033		
6.3.1.9	УМКК «Коммутаторы локальных сетей» Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033		
6.3.1.10	УМКК «Информационные технологии» Учебно-методический компьютерный комплекс Диполь С00001 Номер лицензии: 20030400000000000033		
<b>6.3.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем</b>			
6.3.2.1	Кодекс – Профессиональные справочные системы <a href="https://kodeks.ru">https://kodeks.ru</a>		
6.3.2.2	РОССТАНДАРТ Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии <a href="https://www.gost.ru/portal/gost/">https://www.gost.ru/portal/gost/</a>		
6.3.2.3	ИСО Международная организация по стандартизации <a href="https://www.iso.org/ru/home.html">https://www.iso.org/ru/home.html</a>		
6.3.2.4	Консультант Плюс <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>		
6.3.2.5	Global CIO Официальный портал ИТ-директоров <a href="http://www.globalcio.ru">http://www.globalcio.ru</a>		

### 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (разбор конкретных задач, проведение блиц-опросов, исследовательские работы) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет не менее 15 % аудиторных занятий (определяется ФГОС с учётом специфики ОПОП).

Лекционные занятия дополняются ПЗ и различными формами СРС с учебной и научной литературой. В процессе такой работы студенты приобретают навыки «глубокого чтения» - анализа и интерпретации текстов по методологии и методике дисциплины.

Учебный материал разделён на логически завершённые части (разделы), после изучения, которых предусматривается аттестация в форме письменных тестов, контрольных работ.

Работы оцениваются в баллах, сумма которых даёт рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и их творческие возможности: активность, неординарность решений поставленных проблем. Каждый раздел учебной дисциплины включает обязательные виды работ – ПЗ, различные виды СРС (выполнение домашних заданий по решению задач, подготовка к практическим занятиям).

Форма текущего контроля знаний – работа студента на практическом занятии, опрос. Форма промежуточных аттестаций – контрольная работа в аудитории, домашняя работа. Итоговая форма контроля знаний по разделам – контрольная работа или опрос.

Методические указания по выполнению учебной работы размещены в электронной образовательной среде академии

### 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

В системе обучения бакалавров большое значение отводится самостоятельной работе. Одной из форм самостоятельной работы является контрольная работа по дисциплине.

Выполнение контрольной работы по дисциплине преследует цель – закрепление теоретических знаний, полученных студентом в процессе аудиторной работы и приобретение навыков применения этих знаний в практической деятельности.

Самостоятельная работа студентов в ходе семестра является важной составной частью учебного процесса и необходима для закрепления и углубления знаний, полученных в период сессии на лекциях, практических и интерактивных занятиях, а также для индивидуального изучения дисциплины в соответствии с программой и рекомендованной литературой.

Самостоятельная работа выполняется в виде практического задания.

Создать собственный ИКТ-продукт, заполнив 2 столбик таблицы, приведенной ниже (согласно описанию требований к содержанию ответа).

- |   |   |
|---|---|
| 1. Краткое описание продукта                      | Характеристика продукта, его название   |
| 2. Целевая аудитория                              | Для кого предназначен ИКТ-продукт   |
| 3. Описание конкурентов (конкурентов обязательна) | Перечень конкурентов, предлагающих подобные продукты (рабочая ссылка на ИКТ-продукт)  |
| 4. Цена продукта                                  | Студент аргументированно обосновывает стоимость своего ИКТ-продукта   |
| 5. Решение по упаковке                            | Описание формата упаковки ИКТ-продукта  |
| 6. Краткое описание маркетинга ИКТ-продукта       | Студент дает краткую характеристику маркетинговой стратегии: форма и методы продвижения, повышения уровня конкурентоспособности и конкурентной борьбы и пр. |