

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ ИМ. ПРОФ. М.А. БОНЧ-БРУЕВИЧА»
(СПбГУТ)**

Кафедра Экономики и менеджмента инфокоммуникаций
(полное наименование кафедры)



Регистрационный №_24.07/151-Д

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Рынки ИКТ и организация продаж

(наименование дисциплины)

образовательная программа высшего образования

38.03.05 Бизнес-информатика

(код и наименование направления подготовки / специальности)

бакалавр

(квалификация)

Управление бизнес-процессами предприятия в цифровой экономике

(направленность / профиль образовательной программы)

очная форма

(форма обучения)

Санкт-Петербург

Рабочая программа дисциплины составлена на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности) подготовки «38.03.05 Бизнес-информатика», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.07.2020 № 838, и в соответствии с рабочим учебным планом, утвержденным ректором университета.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» является:

овладение основами теоретических знаний в области функционирования рынков информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и умением применять их на практике.

Эта цель достигается путем решения следующих(ей) задач(и):

формирования у студентов системных знаний о маркетинге в сфере информационно-коммуникационных технологий, о методах анализа и прогноза развития рынков высокотехнологичных продуктов и услуг, структуре и особенностях функционирования рынка ИКТ, его основных участниках и тенденциях развития, об управлении маркетингом и продажами в сфере ИКТ, а также создания необходимой базы для успешного овладения последующими специальными дисциплинами учебного плана.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Рынки ИКТ и организация продаж» Б1.О.19 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «38.03.05 Бизнес-информатика». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Интегрированные информационные системы предприятия»; «Информационное обеспечение бизнес-процессов предприятия»; «Информационные технологии в менеджменте».

3. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 1

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции
1	ОПК-2	Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом
2	ПК-5	Способен осуществлять продвижение на рынок программно-информационных продуктов и услуг

Индикаторы достижения компетенций

Таблица 2

ОПК-2.1	Знать: роль и место интегрированных информационных систем в деятельности предприятия; типы и разновидности производственных процессов и управленческих задач предприятия, решаемых с использованием интегрированных информационных систем; принципы построения и функционирования интегрированных информационных систем
---------	---

ОПК-2.2	Знать: целевые сегменты рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий; структуру рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий и основные тренды его развития
ОПК-2.3	Уметь: использовать интегрированные информационные системы, выбирать их состав и функциональность модулей
ОПК-2.4	Уметь: проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий
ОПК-2.5	Владеть: навыками использования интегрированных информационных систем в деятельности предприятия; навыками выбора рациональных решений для управления бизнесом
ОПК-2.6	Владеть: методами и организацией продаж ИКТ-продуктов
ПК-5.1	Знать: методы проведения маркетинговых исследований; содержание маркетинговой концепции управления; характеристику и содержание основных элементов маркетинговых коммуникаций; инструменты и стратегии продвижения продуктов компании на рынке ИКТ
ПК-5.2	Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; проводить маркетинговые исследования и анализ рынка; проводить сегментацию рынка, определять обобщенные характеристики аудитории сайта; формировать стратегии позиционирования компании на рынке ИКТ
ПК-5.3	Владеть: методами разработки и реализации маркетинговых программ; навыками планирования маркетинговых мероприятий; методиками оценки эффективности маркетинговых мероприятий

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Таблица 3

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры
			6
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ	72	72
Контактная работа с обучающимися		34.25	34.25
в том числе:			
Лекции		14	14
Практические занятия (ПЗ)		20	20
Лабораторные работы (ЛР)			-
Защита контрольной работы			-
Защита курсовой работы			-
Защита курсового проекта			-
Промежуточная аттестация		0.25	0.25
Самостоятельная работа обучающихся (СРС)		37.75	37.75
в том числе:			
Курсовая работа			-
Курсовой проект			-
И / или другие виды самостоятельной работы: подготовка к лабораторным работам, практическим занятиям, контрольным работам, изучение теоретического материала		29.75	29.75
Подготовка к промежуточной аттестации		8	8
Вид промежуточной аттестации			Зачет

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины.

Таблица 4

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	№ семестра		
			очная	очно-заочная	заочная
1	Раздел 1. Структура рынка ИКТ и основные тренды его развития. Показатели привлекательности рынка ИКТ	Классификация и основные мировые тенденции развития рынка ИКТ. Расчет показателей привлекательности рынка ИКТ. Методы оценки емкости рынка ИКТ	6		
2	Раздел 2. Маркетинговые исследования рынка ИКТ. Сегментирование рынка ИКТ и позиционирование компании	Особенности исследований рынков ИКТ в интернет-среде. Методы прогнозирования развития рынков ИКТ. Задачи сегментирования рынка сбыта ИКТ-продуктов и услуг. Стратегии позиционирования компании на рынке ИКТ	6		
3	Раздел 3. Формирование ИКТ-продукта как объекта продаж	Мультиатрибутивная модель ИКТ-продукта. Ценовая политика и потребительская ценность ИКТ-продукта	6		
4	Раздел 4. Методы и организация продаж ИКТ-продуктов	Методы продаж на рынке ИКТ. Инструменты и стратегии продвижения продуктов компании на рынке ИКТ	6		
5	Раздел 5. Организация стратегических продаж ИКТ-продуктов	Понятие и виды стратегических продаж. Бизнес-модель стратегических продаж	6		
6	Раздел 6. Организация продаж ИКТ-продуктов через Интернет	Бизнес-модели интернет магазинов по продаже компьютерной техники, программного обеспечения и цифрового контента	6		
7	Раздел 7. Требования к торговому персоналу и оптимизация численности персонала отдела продаж ИТ-компаний. Оценка эффективности работы отдела продаж ИТ-компаний	Характеристика специалистов в сфере продаж ИКТ-продуктов. Определение численности персонала отделов продаж ИТ-компаний. Финансовые и нефинансовые показатели работы отдела продаж. Ключевые показатели интернет-магазина	6		

5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами.

Таблица 5

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин
1	Маркетинг
2	Организация электронного бизнеса
3	Программные средства электронных предприятий

5.3. Разделы дисциплин и виды занятий.

Очная форма обучения

Таблица 6

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лек-ции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Семи-нары	СРС	Всего часов
1	Раздел 1. Структура рынка ИКТ и основные тренды его развития. Показатели привлекательности рынка ИКТ	2	4			6	12
2	Раздел 2. Маркетинговые исследования рынка ИКТ. Сегментирование рынка ИКТ и позиционирование компании	2	4			6	12
3	Раздел 3. Формирование ИКТ-продукта как объекта продаж	2	2			3	7
4	Раздел 4. Методы и организация продаж ИКТ-продуктов	2	2			3	7
5	Раздел 5. Организация стратегических продаж ИКТ-продуктов	2	2			3	7
6	Раздел 6. Организация продаж ИКТ-продуктов через Интернет	2	2			3	7
7	Раздел 7. Требования к торговому персоналу и оптимизация численности персонала отдела продаж IT-компании. Оценка эффективности работы отдела продаж IT-компании	2	4			5.75	11.75
Итого:		14	20	-	-	29.75	63.75

6. Лекции

Очная форма обучения

Таблица 7

№ п/п	Номер раздела	Тема лекции	Всего часов
1	1	Классификация и основные мировые тенденции развития рынка ИКТ. Расчет показателей привлекательности рынка ИКТ. Методы оценки емкости рынка ИКТ	2

2	2	Особенности исследований рынков ИКТ в интернет среде. Методы прогнозирования развития рынков ИКТ. Задачи сегментирования рынка сбыта ИКТ продуктов и услуг. Стратегии позиционирования компании на рынке ИКТ	2
3	3	Мультиатрибутивная модель ИКТ-продукта. Ценовая политика и потребительская ценность ИКТ-продукта	2
4	4	Методы продаж на рынке ИКТ. Инструменты и стратегии продвижения продуктов компании на рынке ИКТ	2
5	5	Понятие и виды стратегических продаж. Бизнес-модель стратегических продаж	2
6	6	Бизнес-модели интернет магазинов по продаже компьютерной техники, программного обеспечения и цифрового контента	2
7	7	Характеристика специалистов в сфере продаж ИКТ продуктов. Финансовые и нефинансовые показатели работы отдела продаж. Ключевые показатели интернет-магазина	2
Итого:			14

7. Лабораторный практикум

Рабочим учебным планом не предусмотрено

8. Практические занятия (семинары)

Очная форма обучения

Таблица 8

№ п/п	Номер раздела	Тема занятия	Всего часов
1	1	Функции и средства Интернета для взаимодействия с покупателями на рынке ИКТ	2
2	1	Индексные и матричные методы оценки привлекательности рынка ИКТ	2
3	2	Методы прогнозирования развития рынков ИКТ	2
4	2	Критерии сегментирования рынков B2C и B2B. Позиционирование компании на рынке ИКТ	2
5	3	Анализ конкурентоспособности ИКТ-продукта	2
6	4	Стратегии продвижения продуктов на рынке ИКТ. Организационные структуры отдела продаж ИКТ-продуктов	2
7	5	Разработка стратегии и тактики переговоров	2
8	6	Стратегии взаимодействия с потребителем с использованием Интернета	2
9	7	Требования к профессиональным и личностным характеристикам менеджеров по продажам. Методы повышения мотивации менеджеров по продажам	2
10	7	Ключевые показатели эффективности интернет-магазина. Оценка эффективности реализации проекта по продаже IT-решений	2
Итого:			20

9. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Рабочим учебным планом не предусмотрено

10. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

Таблица 9

№ п/п	Номер раздела	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля	Всего часов
1	1	Структура рынка ИКТ и основные тренды его развития	собеседование, тест	3
2	1	Показатели привлекательности рынка ИКТ	собеседование, тест	3
3	2	Маркетинговые исследования рынка ИКТ	собеседование, тест	3
4	2	Сегментирование рынка ИКТ и позиционирование компании	собеседование, тест	3
5	3	Формирование ИКТ-продукта как объекта продаж	собеседование, тест	3
6	4	Методы и организация продаж ИКТ-продуктов	собеседование, тест	3
7	5	Организация стратегических продаж ИКТ-продукта	собеседование, тест	3
8	6	Организация продаж ИКТ-продуктов через Интернет	собеседование, тест	3
9	7	Организация продаж на рынке ИКТ и маркетинговые коммуникации	собеседование, тест	3.75
10	7	Оценка эффективности работы отдела продаж IT-компаний	собеседование, тест	2
Итого:				29.75

11. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для самостоятельной работы по дисциплине рекомендовано следующее учебно-методическое обеспечение:

- Положение о самостоятельной работе студентов в Санкт-Петербургском государственном университете телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича;
- рекомендованная основная и дополнительная литература;
- конспект занятий по дисциплине;
- слайды-презентации и другой методический материал, используемый на занятиях;
- методические рекомендации по подготовке письменных работ, требования к их содержанию и оформлению (реферат, эссе, контрольная работа) ;
- фонды оценочных средств;

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Фонд оценочных средств разрабатывается в соответствии с локальным актом университета "Положение о фонде оценочных средств" и является приложением (Приложение А) к рабочей программе дисциплины.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Для каждого результата обучения по дисциплине определяются показатели и критерии оценки сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

13. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

13.1. Основная литература:

1. Наумов, В. Н.

Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В. Н. Наумов ; рец.: Г. В. Алексеев, И. Л. Коршунов. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 404 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-012042-3 : 1404.00 р. - Текст : непосредственный.

13.2. Дополнительная литература:

1. Менеджмент в телекоммуникациях : [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. В. Макаров [и др.] ; ред.: В. В. Макаров, Р. Г. Цатурова ; Федеральное агентство связи, СПбГУТ им. проф. М. А. Бонч-Бруевича. - 2-е изд., перераб. и доп. - СПб. : СПбГУТ, 2011. - 372 с. : табл. - Библиогр.: с. 367-370. - ISBN 978-5-89160-061-4 : 181.70 р.
2. Белянина, Наталья Николаевна.
Экономика связи : [Электронный ресурс] : методические указания к практическим занятиям / Н. Н. Белянина, К. А. Ракитянская ; рец. Л. Н. Кузнецова ; Федеральное агентство связи, Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего профессионального образования "Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича". - СПб. : СПбГУТ, 2013. - 37 с. : ил. - 255.13 р.
3. Котлер, Ф.
Маркетинг менеджмент. 15-е изд. : [Электронный ресурс] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - СПб. : Питер, 2018. - 848 с. : ил. - (Классический зарубежный учебник). - URL: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=340124>. - ISBN 978-5-4461-0422-2 : Б. ц.
4. Юрасов, А. В.
Интернет-маркетинг : [Электронный ресурс] / А. В. Юрасов, А. В. Иванов. - М. : Горячая линия-Телеком, 2016. - 246 с. : ил. - URL:

14. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- www.sut.ru
- lib.spbgut.ru/jirbis2_spbgut

15. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

15.1. Программное обеспечение дисциплины:

- Google Chrome
- Open Office
- Windows 7 ЦЭУБИ

15.2. Информационно-справочные системы:

- ЭБС iBooks (<https://ibooks.ru>)
- ЭБС Лань (<https://e.lanbook.com/>)
- ЭБС СПбГУТ (<http://lib.spbgut.ru>)

16. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

16.1. Планирование и организация времени, необходимого для изучения дисциплины

Важным условием успешного освоения дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» является создание системы правильной организации труда, позволяющей распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком образовательного процесса. Большую помощь в этом может оказать составление плана работы на семестр, месяц, неделю, день. Его наличие позволит подчинить свободное время целям учебы, трудиться более успешно и эффективно. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Все задания, включая вынесенные на самостоятельную работу, рекомендуется выполнять непосредственно после соответствующего аудиторного занятия (лекции, практического занятия), что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить пробелы в знаниях, систематизировать ранее пройденный материал, на его основе приступить к овладению новыми знаниями и навыками.

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь лекций и практических занятий), работа на которых обладает определенной спецификой.

16.2. Подготовка к лекциям

Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от студента требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая студенту понять глубинные процессы развития изучаемого предмета, как в истории, так и в настоящее время.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

16.3. Подготовка к практическим занятиям

Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке пройденного материала (материала лекций, практических занятий), а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Необходимо понимать, что невозможно во время аудиторных занятий изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов, и при изучении дисциплины недостаточно конспектов занятий. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого

материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

16.4. Рекомендации по работе с литературой

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание обучающегося на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер, и уловить скрытые вопросы.

Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно

должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы). Впоследствии эта информация может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам;
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, слова-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждение понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

16.5. Подготовка к промежуточной аттестации

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

17. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 10

№ п/п	Наименование специализированных аудиторий и лабораторий	Наименование оборудования
1	Лекционная аудитория	Аудио-видео комплекс
2	Аудитории для проведения групповых и практических занятий	Аудио-видео комплекс
3	Компьютерный класс	Персональные компьютеры
4	Аудитория для курсового и дипломного проектирования	Персональные компьютеры
5	Аудитория для самостоятельной работы	Компьютерная техника
6	Читальный зал	Персональные компьютеры

Лист изменений № 1 от 9 января 2020 г

Рабочая программа дисциплины
«Рынки ИКТ и организация продаж»

Код и наименование направления подготовки/специальности:

38.03.05 Бизнес-информатика

Направленность/профиль образовательной программы:

Управление бизнес-процессами предприятия в цифровой экономике

Из п. 14.2 Информационно-справочные системы исключить с 08.01.2020 г.
строку: ЭБС IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru>)

Основание: прекращение контракта № 4784/19 от 25.01.2019 г. на
предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks.

Внесенные изменения утверждаю:

Начальник УМУ _____ Л.А. Васильева