

Приложение Л.РПД Б1.В.ОД.5

**Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»
в г. Смоленске**

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора
филиала ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»
в г. Смоленске
по учебно-методической работе
В.В. Рожков
« 31 » 08 2015 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ**

(НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

Направление подготовки: 09.04.03 Прикладная информатика

**Магистерская программа: Информационные системы и технологии в
управлении бизнес-процессами**

Уровень высшего образования: магистратура

Нормативный срок обучения: 2 года

Смоленск – 2015 г.

1.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью освоения дисциплины является подготовка обучающихся к научно-исследовательской и организационно-управленческой деятельности по направлению подготовки 09.04.03 Прикладная информатика (магистерская программа: Информационные системы и технологии в управлении бизнес–процессами) посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных ФГОС, в части представленных ниже знаний, умений и навыков.

Задачами дисциплины является изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов, формирование умений и привитие навыков применения теоретических знаний для решения практических и прикладных задач.

Дисциплина направлена на формирование следующих общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций:

ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- использовать и анализировать информацию, как средство достижения поставленных целей;

Уметь:

- использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры.

Владеть:

- навыками применения в практической деятельности, полученной в результате исследований информации.

ОПК-4 способностью исследовать закономерности становления и развития информационного общества в конкретной прикладной области

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные требования к информационным системам для проведения маркетингового анализа

Уметь:

- применять современные информационные технологии для проведения маркетингового анализа

Владеть:

- навыками использования современных информационных технологий для проведения маркетингового анализа.

ОПК-5 способностью на практике применять новые научные принципы и методы исследований

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- современные научные принципы и методы проведения маркетингового анализа;

Уметь:

- применять современные методы маркетингового анализа;

Владеть:

- навыками применения современных методов маркетингового анализа рынка информационных технологий.

ОПК-6 способностью к профессиональной эксплуатации современного электронного оборудования в соответствии с целями основной образовательной программы магистратуры

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- методы обработки маркетинговой информации, характеристики и возможности корпоративных информационных систем в части осуществления функций маркетинга

Уметь:

- взаимодействовать со службами информационных технологий по вопросам обеспечения информацией для целей маркетинга

Владеть:

- методами обработки маркетинговой информации

ПК-3 способностью ставить и решать прикладные задачи в условиях неопределенности и определять методы и средства их эффективного решения

Уметь:

- проводить маркетинговый анализ рынка информационных технологий в условиях недостаточности информации

Владеть:

- навыками системного подхода к выявлению и анализу возникающих проблем.

ПК-4 способностью проводить научные эксперименты, оценивать результаты исследований
В результате изучения дисциплины студент должен:

Уметь:

- применять новые методы анализа рынка информационных технологий;

Владеть:

- методами оценки, полученной в результате анализа информации.

ПК-19 способностью организовывать и проводить переговоры с представителями заказчика и профессиональные консультации на предприятиях и в организациях

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные нормы и правила ведения переговоров.

Уметь:

- эффективно организовывать переговорный процесс;

Владеть:

- навыками проведения деловых переговоров;
- навыками ведения дискуссии.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части блока 1 «Дисциплина (модули)» образовательной программы подготовки магистров по магистерской программе: Информационные системы и технологии в управлении бизнес-процессами направления 09.04.03 Прикладная информатика (индекс дисциплины в соответствии с учебным планом: Б1.В.ОД.5).

В соответствии с учебным планом по направлению 09.04.03 Прикладная информатика дисциплина «Маркетинговый анализ рынка информационных технологий» (Б1.В.ОД.5) базируется дисциплине «Маркетинг», изученной в рамках освоения программ бакалавриата, а также дисциплин данной программы магистратуры:

«Философские проблемы науки и техники»

«Методология научного исследования»

«Деловой иностранный язык»

«Актуальные проблемы информационного права»

Знания, умения и навыки, полученные студентами в процессе изучения дисциплины, являются базой для изучения следующих дисциплин:

«Моделирование информационных процессов и систем»

«Современные информационные технологии в экономике»

«Информационное общество и проблемы прикладной информатики»

«Методология и технология проектирования информационных систем»

«Управление ИТ-проектами»

«Управление бизнес-процессами и реинжиниринг информационных процессов»

«Методы и средства защиты компьютерной информации»

«Алгоритмические основы мультимедийных технологий»

«Аналитические исследования в экономике»

«Современные технологии баз и банков данных»

«Постреляционные модели данных»

«Корпоративные информационные системы»

«Информационные системы и технологии экономического анализа и прогнозирования»

«Методы искусственного интеллекта в информационных системах»

«Предпринимательство в информационной сфере»

«Методология прикладных маркетинговых исследований»

«Web-дизайн и Интернет программирование»

«Электронная коммерция»

«Современный стратегический анализ»

Знания, умения и навыки, полученные студентами в процессе изучения дисциплины, являются базой для прохождения учебной, технологической, педагогической и преддипломной практик, для выполнения научно-исследовательской работы, для прохождения государственной итоговой аттестации (выпускная квалификационная работа - магистерская диссертация).

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Аудиторная работа

Цикл:	Блок 1	Семестр
Часть цикла:	Вариативная часть	
Индекс дисциплины по учебному плану:	Б1.В.ОД.5	
Часов (всего) по учебному плану:	72	1 семестр
Трудоемкость в зачетных единицах (ЗЕТ)	2	1 семестр
Лекции (ЗЕТ, часов)	-----	-----
Практические занятия (ЗЕТ, часов)	-----	-----
Лабораторные работы (ЗЕТ, часов)	1 ЗЕТ, 36 час	1 семестр
Курсовая работа (ЗЕТ, часов)	-----	-----
Объем самостоятельной работы по учебному плану (ЗЕТ, часов всего)	1 ЗЕТ, 36 час	1 семестр
Зачет с оценкой (в объеме самостоятельной работы)	0,25 ЗЕТ, 9 час	1 семестр
Экзамен	-----	-----

Самостоятельная работа студентов

Вид работ	Трудоёмкость, ЗЕТ, час
Изучение материалов лекций (лк)	-
Подготовка к практическим занятиям (пз)	-
Подготовка к защите лабораторной работы (лаб)	0,5 ЗЕТ, 18 час
Выполнение расчетно-графической работы	-
Выполнение реферата	-
Выполнение курсовой работы	-
Самостоятельное изучение дополнительных материалов дисциплины (СРС)	0,25 ЗЕТ, 9 час
Подготовка к тестированию	-
Подготовка к зачету	0,25 ЗЕТ, 9 час
Всего (в соответствии с УП)	1 ЗЕТ, 36 час

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

№ п/п	Темы дисциплины	Всего часов на тему	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) (в соответствии с УП)					
			лк	пр	лаб	КР	СРС	в т.ч. интеракт.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Исследование комплекса коммуникаций	17	-	-	8	-	9	4
2	Исследование конкуренции	19	-	-	10	-	9	5
3	Исследование покупателей	19	-	-	10	-	9	4
4	Исследование цен	17	-	-	8	-	9	5
всего по видам учебных занятий		72	-	-	36	-	36	18

Содержание по видам учебных занятий

Тема 1 Исследование комплекса коммуникаций

Лабораторная работа 1-2. Исследование комплексов коммуникаций на рынке информационных технологий (4 час)

Лабораторная работа 3-4. Анализ комплекса коммуникаций (4 час)

Самостоятельная работа студента (СРС, 9 час)

Подготовка к защите лабораторной работы (4 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (2 час)

Подготовка к зачету (3 час)

Текущий контроль:

- **устный опрос:** защита лабораторных работ.

- **письменный опрос:** конспект дополнительных материалов, проверка отчета по лабораторной работе.

- **контроль с помощью технических средств и информационных технологий:** мультимедийные презентации лабораторных работ.

Тема 2 Исследование конкуренции

Лабораторная работа 5-7 Исследование конкуренции на рынке информационных технологий (6 час)

Лабораторная работа 8-9 Особенности маркетингового анализа конкуренции на рынке информационных технологий (4 час)

Самостоятельная работа студента (СРС, 9 часов)

Подготовка к защите лабораторной работы (6 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (2 час)

Подготовка к зачету (1 час)

Текущий контроль:

- **устный опрос:** защита лабораторных работ.

- **письменный опрос:** конспект дополнительных материалов, проверка отчета по лабораторной работе.

- **контроль с помощью технических средств и информационных технологий:** мультимедийные презентации лабораторных работ.

Тема 3 Исследование покупателей

Лабораторная работа 10-11 Исследование поведения потребителей на рынке информационных технологий (4 часа)

Лабораторная работа 12-14 Особенности маркетингового анализа потребительских предпочтений на рынке информационных технологий (6 час)

Самостоятельная работа студента (СРС, 9 час)

Подготовка к защите лабораторной работы (4 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (2 час)

Подготовка к зачету (3 час)

Текущий контроль:

- **устный опрос:** защита лабораторных работ.

- **письменный опрос:** конспект дополнительных материалов, проверка отчета по лабораторной работе.

- **контроль с помощью технических средств и информационных технологий:** мультимедийные презентации лабораторных работ.

Тема 4 Исследование цен

Лабораторная работа 15-16. Исследование цен на рынке информационных технологий (4 часа)

Лабораторная работа 17-18. Особенности маркетингового анализа цен на рынке информационных технологий (4 час)

Самостоятельная работа студента (СРС, 9 час)

Подготовка к защите лабораторной работы (4 час)

Изучение дополнительного теоретического материала (3 час)

Подготовка к зачету (2 час)

Текущий контроль:

- **устный опрос:** защита лабораторных работ.

- **письменный опрос:** конспект дополнительных материалов, проверка отчета по лабораторной работе.

- **контроль с помощью технических средств и информационных технологий:** мультимедийные презентации лабораторных работ.

Промежуточная аттестация по дисциплине:

Изучение дисциплины заканчивается зачетом с оценкой. Зачет проводится в соответствии с Положением о зачетной и экзаменационной сессиях в ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» и инструктивным письмом от 14.05.2012 г. № И-23.

Зачет по дисциплине проводится в устной форме.

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

Для обеспечения самостоятельной работы разработаны:

- методические указания по выполнению лабораторных работ;
- методические рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Маркетинговый анализ рынка информационных технологий».

Учебно-методическое обеспечение аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы студентов, обучающихся по дисциплине «Маркетинговый анализ рынка информационных технологий» представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

При освоении дисциплины формируются следующие компетенции: ОК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-3, ПК-4, ПК-19.

Указанные компетенции формируются в соответствии со следующими этапами:

1. Формирование и развитие теоретических знаний, предусмотренных указанными компетенциями (самостоятельная работа студентов).
2. Приобретение и развитие практических умений, предусмотренных компетенциями (лабораторные работы, самостоятельная работа студентов).
3. Закрепление теоретических знаний, умений и практических навыков, предусмотренных компетенциями, в ходе защит лабораторных работ, а также успешной сдачи зачета.

Матрица соотнесения тем/разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Темы, разделы дисциплины	Количество часов	Код компетенции							Σ общее количество компетенций
		ОК-1	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ПК-3	ПК-4	ПК-19	
Тема 1. Исследование комплекса коммуникаций	17	+	+		+	+		+	5
Тема 2. Исследование конкуренции	19			+			+	+	3
Тема 3. Исследование покупателей	19	+	+		+	+		+	5
Тема 4. Исследование цен	17			+					1
Итого	72	2	2	2	2	2	1	3	14

6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описания шкал оценивания

Сформированность каждой компетенции в рамках освоения данной дисциплины оценивается по трехуровневой шкале:

- пороговый уровень является обязательным для всех обучающихся по завершении освоения дисциплины;
- продвинутый уровень характеризуется превышением минимальных характеристик сформированности компетенции по завершении освоения дисциплины;

- эталонный уровень характеризуется максимально возможной выраженностью компетенции и является важным качественным ориентиром для самосовершенствования.

Уровень сформированности каждой компетенции на различных этапах ее формирования в процессе освоения данной дисциплины оценивается в ходе текущего контроля успеваемости и представлен различными видами оценочных средств.

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ОК-1 «Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспекте дополнительных материалов, в отчетах студента по лабораторным работам. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, защита лабораторных работ.

Принимается во внимание наличие знаний:

- использовать и анализировать информацию, как средство достижения поставленных целей
наличие **умений**:

- использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры.

присутствие **навыков**:

- применения в практической деятельности, полученной в результате исследований информации.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ОК-1 «Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформированности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Уметь: - использовать различные методы прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры. Владеть: - навыками применения в практической деятельности, полученной в результате исследований информации.	Эталонный.	Корректное применение методов анализа. Знание методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры, а также их применение. Способность анализа полученной в результате маркетинговых исследований информации.	5	Конспект дополнительных материалов Отчёт по лабораторным работам Защита лабораторных работ Зачет
	Продвинутый	Знание методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры. Способность анализа полученной в результате маркетинговых исследований информации.	4	
	Пороговый	Перечисление методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры	3	
	Ниже порогового	Не знание методов прогнозирования для анализа рыночной конъюнктуры	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ОПК-4 «Способностью исследовать закономерности становления и развития информационного общества в конкретной прикладной области» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспекте дополнительных материалов, в отчетах студента по лабораторным работам. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, защита лабораторных работ.

Принимается во внимание
наличие знаний:

- об основных требованиях к информационным системам для проведения маркетингового анализа;

наличие **умений**:

- применять современные информационные технологии для проведения маркетингового анализа;

присутствие **навыков**:

- использования современных информационных технологий для проведения маркетингового анализа.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ОПК-4
«Способностью исследовать закономерности становления и развития информационного общества
в конкретной прикладной области»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформирован- ности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценива- ния)	Оцениваемая форма контроля
Знать: - основные требования к информационным системам для проведения маркетингового анализа Уметь: - применять современные информационные технологии для проведения маркетингового анализа Владеть: - навыками использования современных информационных технологий для проведения маркетингового анализа.	Эталонный.	Способен сформулировать основные требования к информационным системам для проведения маркетингового анализа. Знает каким образом провести анализ рынка информационных технологий с использованием информационных технологий. Способен провести сам анализ.	5	Конспект дополнительных материалов Отчёт по лабораторным работам Защита лабораторных работ Зачет
	Продвинутый	Знает основные требования к информационным системам для проведения маркетингового анализа. Знает некоторые способы проведения маркетингового анализа с использованием информационных технологий.	4	
	Пороговый	Знает существующие информационные системы для проведения маркетингового анализа. Способен перечислить некоторые требования к ним. Может использовать некоторые информационные технологии для проведения маркетингового анализа.	3	
	Ниже порогового	Не знает существующие информационные системы для проведения маркетингового анализа. Не способен перечислить некоторые требования к ним. Не может использовать некоторые информационные технологии для проведения маркетингового анализа.	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ОПК-5 «Способностью на практике применять новые научные принципы и методы исследований» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспекте дополнительных материалов, в отчетах студента по лабораторным работам. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, защита лабораторных работ.

Принимается во внимание

наличие знаний:

- о современных научных принципах и методах проведения маркетингового анализа;

наличие умений:

- применять современные методы маркетингового анализа;

присутствие **навыков**:

- применения современных методов маркетингового анализа рынка информационных технологий

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ОПК-5 «способностью на практике применять новые научные принципы и методы исследований»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформированности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Знать: -современные научные принципы и методы проведения маркетингового анализа; Уметь: - применять современные методы маркетингового анализа; Владеть: - навыками применения современных методов маркетингового анализа рынка информационных технологий.	Эталонный.	Знает современные методы проведения маркетингового анализа. Способен применить их на практике. Знает особенности рынка информационных технологий, а также особенности применения методов анализа на данном рынке.	5	Конспект дополнительных материалов Отчёт по лабораторным работам Защита лабораторных работ Зачет
	Продвинутый	Знает современные методы проведения маркетингового анализа. Способен применить их на практике. Знает особенности рынка информационных технологий	4	
	Пороговый	Знает современные методы проведения маркетингового анализа. Способен применить хотя бы один на практике	3	
	Ниже порогового	Не знает современные методы проведения маркетингового анализа. Не способен применить хотя бы один на практике	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ОПК-6 «Способностью к профессиональной эксплуатации современного электронного оборудования в соответствии с целями основной образовательной программы магистратуры» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспекте дополнительных материалов, в отчетах студента по лабораторным работам. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, защита лабораторных работ.

Принимается во внимание
наличие знаний:

- методов обработки маркетинговой информации, характеристики и возможности корпоративных информационных систем в части осуществления функций маркетинга

наличие **умений**:

- взаимодействовать со службами информационных технологий по вопросам обеспечения информацией для целей маркетинга;

присутствие **навыков**:

- владения методов обработки маркетинговой информации.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ОПК-6
«Способностью к профессиональной эксплуатации современного электронного оборудования в соответствии с целями основной образовательной программы магистратуры»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформирован- ности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценива- ния)	Оцениваемая форма контроля
Знать: - методы обработки маркетинговой информации, характеристики и возможности корпоративных информационных систем в части осуществления функций маркетинга Уметь: - взаимодействовать со службами информационных технологий по вопросам обеспечения информацией для целей маркетинга Владеть: - методами обработки маркетинговой информации	Эталонный.	Знает существующие информационные системы автоматизации деятельности службы маркетинга. Может назвать их преимущества и недостатки. На основе этого способен осуществить выбор программных средств для решения поставленных задач.	5	Конспект дополнительных материалов Отчёт по лабораторным работам Защита лабораторных работ Зачет
	Продвинутый	Знает существующие информационные системы автоматизации деятельности службы маркетинга. Может назвать их преимущества и недостатки.	4	
	Пороговый	Знает существующие информационные системы управления проектами	3	
	Ниже порогового	Не знает существующие информационные системы автоматизации деятельности службы маркетинга.	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ПК-3 «Способностью ставить и решать прикладные задачи в условиях неопределенности и определять методы и средства их эффективного решения» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в отчетах студента по лабораторным работам. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, защита лабораторных работ.

Принимается во внимание
наличие **умений**:

- проводить маркетинговый анализ рынка информационных технологий в условиях недостаточности информации

присутствие **навыков**:

- системного подхода к выявлению и анализу возникающих проблем.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ПК-3
«Способностью ставить и решать прикладные задачи в условиях неопределенности и определять методы и средства их эффективного решения»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформированности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Уметь: - проводить маркетинговый анализ рынка информационных технологий в условиях недостаточности информации Владеть: - навыками системного подхода к выявлению и анализу возникающих проблем.	Эталонный.	Способен провести маркетинговый анализ рынка информационных технологий в условиях недостаточности информации. Знает, каким образом выявить и минимизировать возникающие в связи с недостатком информации проблемы.	5	Отчёт по лабораторным работам Защита лабораторных работ Зачет
	Продвинутый	Способен провести маркетинговый анализ рынка информационных технологий в условиях недостаточности информации. Знает, каким образом выявить возникающие в связи с недостатком информации проблемы.	4	
	Пороговый	Может перечислить возможные проблемы при проведении маркетингового анализа в условиях недостаточности информации.	3	
	Ниже порогового	Не может перечислить возможные проблемы при проведении маркетингового анализа в условиях недостаточности информации.	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ПК-4 «Способностью проводить научные эксперименты, оценивать результаты исследований» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в отчетах студента по лабораторным работам. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, защита лабораторных работ.

Принимается во внимание наличие **умений**:

- применять новые методы анализа рынка информационных технологий

Знание методами:

- оценки, полученной в результате анализа информации.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ПК-4
«Способностью проводить научные эксперименты, оценивать результаты исследований»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформированности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Уметь: - применять новые методы анализа рынка информационных технологий; Владеть: - методами оценки, полученной в	Эталонный.	Способен проанализировать рынок информационных технологий с применением современных методов. Может оценить и интерпретировать полученную в результате анализа информацию.	5	Отчёт по лабораторным работам Защита лабораторных работ Зачет
	Продвинутый	Способен проанализировать рынок информационных технологий с	4	

результате анализа информации.		применением современных методов. Знает каким образом можно оценить полученную в результате анализа информацию.		
	Пороговый	Способен проанализировать рынок информационных технологий. Но не знает каким образом можно оценить полученную в результате анализа информацию.	3	
	Ниже порогового	Не способен проанализировать рынок информационных технологий. Не знает каким образом можно оценить полученную в результате анализа информацию.	2	

Для оценки сформированности в рамках данной дисциплины компетенции ПК-19 «Способностью организовывать и проводить переговоры с представителями заказчика и профессиональные консультации на предприятиях и в организациях» преподавателем оценивается содержательная сторона и качество материалов, представленных в конспекте дополнительных материалов, в отчетах студента по лабораторным работам. Учитываются также ответы студента на вопросы по соответствующим видам занятий при текущем контроле – собеседование, защита лабораторных работ.

Принимается во внимание наличие знаний:

- основных норм и правил ведения переговоров.

наличие **умений**:

- эффективно организовывать переговорный процесс.

присутствие **навыков**:

- проведения деловых переговоров;
- ведения дискуссии.

Таблица - Показатели и критерии оценивания уровня сформированности компетенции ПК-19 «Способностью организовывать и проводить переговоры с представителями заказчика и профессиональные консультации на предприятиях и в организациях»

Результаты освоения (Показатели)	Уровни сформированности	Критерии оценивания	Оценка (шкала оценивания)	Оцениваемая форма контроля
Знать: - основные нормы и правила ведения переговоров. Уметь: - эффективно организовывать переговорный процесс; Владеть: - навыками проведения деловых переговоров; - навыками ведения дискуссии.	Эталонный.	Знает основные нормы и правила ведения переговоров и применяет их. Способен подготовить и представить презентацию для представления необходимых материалов.	5	Отчёт по лабораторным работам Защита лабораторных работ Зачет
	Продвинутый	Знает основные нормы и правила ведения переговоров и при меняет их. Способен подготовить презентацию для представления необходимых материалов.	4	
	Пороговый	Знает основные нормы и правила ведения переговоров.	3	
	Ниже порогового	Не знает основные нормы и правила ведения переговоров. Не способен ни разработать презентацию, ни представить необходимую информацию должным образом.	2	

Критерии оценки результатов сформированности компетенций при использовании различных форм контроля.

Критерии оценивания результатов уровня сформированности компетенций по выполнению лабораторных работ:

Оценки «отлично» заслуживает студент, который выполнил все задания, обосновал выполнение элементов заданий (привел цифровые данные, правильно провел расчеты, привел факты и пр.), оформил работу с учетом ГОСТ и требований кафедры, убедительно, полно и развернуто отвечает на вопросы при защите.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, который выполнил все задания, обосновал выполнение элементов заданий (привел цифровые данные, правильно провел расчеты, привел факты и пр.), оформил работу с учетом ГОСТ и требований кафедры, практически отвечает на вопросы во время защиты.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который выполнил все задания, обосновал выполнение элементов заданий (привел цифровые данные, правильно провел расчеты, привел факты и пр.), оформил работу с незначительными отклонениями в требованиях ГОСТ и кафедры, ошибается в ответах на вопросы во время защиты, но исправляет ошибки при ответе на наводящие вопросы.

Оценки «неудовлетворительно» заслуживает студент, который выполнил не все задания, не обосновал выполнение элементов заданий (не привел цифровые данные, неправильно провел расчеты, не привел факты и пр.), оформил работу с грубыми нарушениями ГОСТ и требований кафедры, практически не отвечает на вопросы во время защиты.

Формой промежуточной аттестации по данной дисциплине является зачет с оценкой, оцениваемый по принятой в ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Зачет с оценкой проводится в устной форме (собеседование). Критерии оценивания:

Оценки «отлично» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание материалов изученной дисциплины, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной рабочей программой дисциплины; проявивший творческие способности в понимании, изложении и использовании материалов изученной дисциплины, безупречно ответившему не только на вопросы, но и на дополнительные вопросы в рамках рабочей программы дисциплины, правильно выполнившему практические задания.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, обнаруживший полное знание материала изученной дисциплины, успешно выполняющий предусмотренные задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины; показавшему систематический характер знаний по дисциплине, ответившему на все вопросы, правильно выполнившему практические задания, но допустившему при этом не принципиальные ошибки.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знание материала изученной дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей профессиональной деятельности, справляющийся с выполнением заданий, знакомый с основной литературой, рекомендованной рабочей программой дисциплины; допустивший погрешность в ответе на теоретические вопросы и/или при выполнении практических заданий, но обладающий необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя, либо неправильно выполнившему практическое задание, но по указанию преподавателя выполнивший другие практические задания из того же раздела дисциплины.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему серьезные пробелы в знаниях основного материала изученной дисциплины, допустившему принципиальные ошибки в выполнении заданий, не ответившему на все вопросы и неправильно выполнившему

практическое задание (неправильное выполнение только практического задания не является однозначной причиной для выставления оценки «неудовлетворительно»). Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение по образовательной программе без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине (формирования и развития компетенций, закрепленных за данной дисциплиной). Оценка «неудовлетворительно» выставляется также, если студент отказался сдавать зачет или нарушил правила сдачи зачета (списывал, подсказывал, обманом пытался получить более высокую оценку и т.д.).

Оценка по зачету выводится с учетом совокупного результата освоения всех компетенций по данной дисциплине (в соответствии с инструктивным письмом НИУ МЭИ от 14 мая 2012 года № И-23). Оценка зачета по дисциплине определяется как среднее арифметическое значение оценок по всем видам текущего контроля и оценки итогового собеседования.

В зачетную книжку студента и выписку к диплому выносятся оценка зачета по дисциплине за 1 семестр.

6.3 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

Оценка знаний, умений и навыков в процессе изучения дисциплины производится с использованием фонда оценочных средств.

Описание лабораторных работ представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

Вопросы по закреплению теоретических знаний, умений и практических навыков, предусмотренных компетенциями (вопросы к зачету)

1. Определение целей и основных задач анализа рынка информационных технологий
2. Составление плана маркетингового анализа рынка информационных технологий
3. Сроки и бюджет анализа рынка информационных технологий
4. Методы анализа рынка информационных технологий
5. Источники получения информации
6. Проведение анализа спроса на рынке и анализа ключевых потребностей рынка, подробное изучение поведения, требований целевой аудитории к продукту
7. Анализ сегментов рынка с целью поиска свободных рыночных ниш и новых источников продаж
8. Проведение конкурентного анализа рынка с целью анализа конкурентных преимуществ товара и определения слабых сторон компании
9. Проведение анализа развития рынка и рыночной доли товара компании в сегменте
10. Проведение анализа емкости и конъюнктуры рынка, оценка рыночных тенденций
11. Анализ размера, динамики и потенциала развития рынка
12. Анализ спроса, ключевых потребностей и особенностей поведения покупателей на рынке
13. Анализ структуры распределения или дистрибуции товара на рынке
14. Конкурентный анализ рынка

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, изложены в п.6.1 и 6.2 настоящей программы и в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература:

- 1 Галицкий Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учеб. для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. - 2-е изд., перер. и доп. - М. : Юрайт, 2015. – 576 с.
- 2 Еремин В.Н. Маркетинг. Основы и маркетинг информации : учеб. / В.Н. Еремин В.Н. - М. : Кнорус, 2014. - 647 с.
- 3 Сафронова Н.Б. Маркетинговые исследования [электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - М. : Дашков и Ко, 2012. - 294 с. Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211>

б) дополнительная литература:

- 1 Берёза Н.В. Рынок информационных услуг: современные тенденции и перспективы развития / Н.В. Берёза. - М. : Директ-Медиа, 2014. - 180 с. Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227195>
- 2 Гавриленко Н.И. Маркетинг [электронный ресурс] : учебное пособие / Н.И. Гавриленко. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 194 с. Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=273611>
- 3 Жук Е.С. Стратегический маркетинг [электронный ресурс] : учебник / Е.С. Жук, Н.П. Кетова. – Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета, 2011. - 203 с. Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241057>
- 4 Бабич В.Н. Инновационная модель бизнес-процесса [электронный ресурс] : учебное пособие / В.Н. Бабич, А.Г. Кремлёв ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 185 с. Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275629>
- 5 Тузова А.А. Организация службы маркетинга на предприятии [электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Тузова. - М. : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2011. - 85 с. Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234826>
- 6 Управление маркетингом [электронный ресурс] : учебное пособие / под ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 463 с. Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лабораторные работы каждую неделю. Изучение дисциплины завершается зачетом.

Успешное изучение дисциплины требует активной работы на лабораторных работах, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Лабораторные работы составляют важную часть профессиональной подготовки студентов. Они направлены на экспериментальное подтверждение теоретических положений и формирование

учебных и профессиональных практических умений.

Выполнение студентами лабораторных работ направлено на:

- обобщение, систематизацию, углубление, закрепление полученных теоретических знаний по конкретным темам дисциплин;
- формирование необходимых профессиональных умений и навыков;

Необходимыми структурными элементами лабораторной работы, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются инструктаж, проводимый преподавателем.

По каждой лабораторной работы предусмотрена процедура защиты, в ходе которой преподаватель проводит устный или письменный опрос студентов для контроля понимания выполненных ими измерений, правильной интерпретации полученных результатов и усвоения ими основных теоретических и практических знаний по теме занятия.

При подготовке к **зачету** в дополнение к изучению конспектов лекций, учебных пособий и слайдов, необходимо пользоваться учебной литературой, рекомендованной настоящей программой. При подготовке к зачету нужно изучить определения всех понятий и теоретические подходы до состояния понимания материала.

Самостоятельная работа студентов (СРС) по дисциплине играет важную роль в ходе всего учебного процесса. Методические материалы и рекомендации для обеспечения СРС готовятся преподавателем и выдаются студенту. Методические материалы и рекомендации для обеспечения самостоятельной работы студентов представлены в методических указаниях для обучающихся по освоению дисциплины.

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

При проведении **лабораторных работ** предусматривается использование компьютерных учебников, программ пакета MSOffice.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лабораторные работы по данной дисциплине проводятся в компьютерном классе № 223 оборудованным компьютерами с современными лицензионными программно-техническими средствами, с доступом к сети Интернет, столом для конференций, доской, многофункциональным устройством.

Авторы

канд. экон. наук, доцент

канд. экон. наук, доцент

Зав. кафедрой МИТЭ

д-р техн. наук, профессор

В.В. Гимаров

Д.Ю. Шутова

М.И. Дли

Программа одобрена на заседании кафедры Менеджмента и информационных технологий в экономике от 28 августа 2015 года, протокол № 1

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

Номер изменения	Номера страниц				Всего страниц в документе	Наименование и № документа, вводящего изменения	Подпись, Ф.И.О. внесшего изменения в данный экземпляр	Дата внесения изменения в данный экземпляр	Дата введения изменения
	измененных	замененных	новых	аннулированных					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10