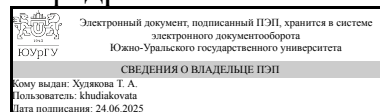


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



Т. А. Худякова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М0.05 Маркетинг высокотехнологичных и IT-продуктов
для направления 38.04.02 Менеджмент

уровень Магистратура

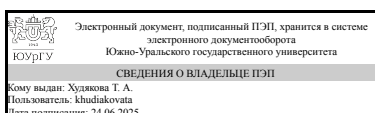
магистерская программа Технологическое лидерство и предпринимательство в сфере ИТ с присвоением второй квалификации "магистр 09.04.02 Информационные системы и технологии"

форма обучения очная

кафедра-разработчик Цифровая экономика и информационные технологии

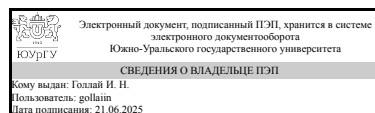
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 952

Зав.кафедрой разработчика,
Д.Экон.Н., доц.



Т. А. Худякова

Разработчик программы,
к.Экон.Н., доц., доцент



И. Н. Голлай

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является формирование целостной системы знаний о маркетинговой деятельности предприятий, занимающихся технологическим предпринимательством и выводящих на рынок инновационные высокотехнологичные и ИТ-продукты. Задачи: дать теоретические знания и развить практические навыки в области комплексного управления маркетингом в отношении технологичных решений; научить координировать решения по маркетингу с другими функциональными направлениями; овладеть навыками планирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики предприятий, работающих на высокотехнологичных рынках и в ИТ-сфере.

Краткое содержание дисциплины

Данный курс связан с вопросом интенсивного развития и обновления структуры российской экономики. Знания теоретических основ по данной дисциплине позволяют стимулировать сбыт технологичных инновационных продуктов и ИТ-продуктов, путём продвижения, изучения, формирования и прогнозирования спроса, разрабатывать маркетинговую политику на основе анализа рынка. Студент, освоивший данный курс, владеет основами знаний по классическому маркетингу, маркетингу в технологической сфере, а также в ИТ-сфере, проведению маркетинговых исследований, способен оперировать основными понятиями, терминами и определениями в области маркетинга. В процессе обучения студент овладеет методами сбора, систематизации, количественного анализа и представления маркетинговой информации, практическими навыками анализа современных маркетинговых проблем и решения маркетинговых задач в области технологического предпринимательства. В рамках данного курса рассматриваются следующие темы: сущность и содержание концепции маркетинга; особенности маркетинга в технологическом предпринимательстве и в ИТ-сфере; методика проведения маркетинговых исследований рынка высокотехнологичной продукции и ИТ-рынка; сегментация рынка и позиционирование инновационных высокотехнологичных и ИТ-продуктов на нём; маркетинговый анализ и разработка маркетинговой стратегии организации-инноватора; разработка комплекса маркетинга для технологического предпринимателя.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен управлять ИТ-продуктами и их продвижением, патентами на технологии, создаваемые в рамках ИТ-продуктов, исследованиями новых рынков и продуктовыми исследованиями, разрабатывать, согласовывать и контролировать ИТ-бюджет, реализацию бизнес-планов, ценовую политику и стратегии развития ИТ-продуктов и ИТ-портфель организации	Знает: - методы и этапы разработки маркетинговой стратегии высокотехнологичных и ИТ-продуктов - современные подходы к разработке маркетинговой стратегии высокотехнологичных и ИТ-продуктов - каналы и инструменты маркетинга высокотехнологичных и ИТ-продуктов - особенности анализа целевой аудитории для высокотехнологичных и ИТ-продуктов - методы продвижения ИТ-продуктов Умеет: - разрабатывать стратегию маркетинга

	высокотехнологичных и IT-продуктов в цифровой среде - применять инструменты маркетинга высокотехнологичных и IT-продуктов в цифровой среде - анализировать целевую аудиторию высокотехнологичных и IT-продуктов - разрабатывать комплекс маркетинга и разрабатывать ценовую политику для IT-продуктов Имеет практический опыт: - разработки стратегию маркетинга высокотехнологичных и IT-продуктов - разработки комплекса маркетинга высокотехнологичных и IT-продуктов - использования инструментов маркетинга высокотехнологичных и IT-продуктов в цифровой среде - анализа целевой аудитории и продвижения IT-продуктов
ПК-5 Способен осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию информации, разрабатывать эконометрические и финансово-экономические модели, алгоритмы и схемы для проектов технологического предпринимательства в ИТ, готовить экономические обоснования для стратегических и оперативных планов развития организации в ИТ-сфере	Знает: - понятие, содержание и подходы к разработке маркетингового плана; - направления поиска информации для проведения маркетингового анализа и разработки плана маркетинга Умеет: - собирать, обрабатывать, анализировать систематизировать информацию, необходимую для разработки маркетингового плана - разрабатывать план маркетинга для высокотехнологичных и IT-продуктов Имеет практический опыт: - планирования и организации мероприятий в рамках товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики (политики продвижения), исходя из требований рынка, потенциала предприятия и специфики деятельности организации - разработки оперативных планов организации с учетом комплекса маркетинга

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Стратегический анализ и планирование, Технологическое предпринимательство и лидерство, Предпринимательское право	Управление разработкой и оценка эффективности информационных систем и IT-проектов, Оформление и защита прав интеллектуальной собственности, Прикладные методы анализа данных, Web-аналитика, Производственная практика (научно-исследовательская работа) (4 семестр), Производственная практика (технологическая, проектно-технологическая) (4 семестр)

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Предпринимательское право	Знает: - основные положения, роль и место патентного права в правовой системе Российской Федерации для оценки бизнес-возможностей и направлений развития компаний;- основные источники правового регулирования правоотношений в сфере охраны результатов интеллектуальной деятельности для разработки проектов технологического предпринимательства в ИТ-сфере., - понятия, признаки, основные виды, принципы охраны объектов интеллектуальной собственности для разработки эконометрических и финансово-экономических моделей, алгоритмов и схем для проектов технологического предпринимательства в ИТ-сфере;– методы защиты прав авторов и правообладателей и виды ответственности за нарушение указанных прав для обоснования стратегических и оперативных планов развития организации в ИТ-сфере Умеет: - грамотно толковать нормы законодательства об охране интеллектуальной собственности для оценки бизнес-возможностей и направлений развития компаний;- защищать права авторов и патентообладателей при рассмотрении споров, связанных с нарушением прав при разработке проектов технологическтно предпринимательства в ИТ-сфере; , - анализировать практические ситуации в области правовой охраны объектов патентного права, осуществлять поиск и применение необходимой правовой нормы для разработки эконометрических и финансово-экономических моделей, алгоритмов и схем для проектов технологического предпринимательства в ИТ-сфере;- оптимизировать выбор формы охраны интеллектуального продукта и формы его коммерческой реализации для обоснования стратегических и оперативных планов развития организации в ИТ-сфере Имеет практический опыт: - юридической терминологией и навыками применения правового инструментария для оценки бизнес-возможностей и направлений развития компаний;- навыками анализа судебной практики, научной информации, отечественного опыта по проблемам в сфере охраны патентных прав при разработке проектов технологическтно предпринимательства в ИТ-сфере; , - навыками работы с правовыми актами, а также навыками анализа различных правовых явлений, правовых норм и правовых отношений, правоприменительной и правоохранительной практики для обоснования стратегических и оперативных планов развития организации в ИТ-сфере
Стратегический анализ и планирование	Знает: - информационно-аналитическое

	обеспечение стратегического анализа организации и ИТ-проекта- теоретические и методические основы стратегического анализа и планирования ИТ-проектов- основные понятия, принципы и методы стратегического планирования в организации- систему базовых, специфических и функциональных стратегий организации, - стратегии развития ИТ-продуктов- подходы к разработке ИТ-стратегии организации- методы формирования ИТ-портфеля организации, - методы и модели анализа внешней и внутренней среды организации, -методы выявления внешних и внутренних факторы, влияющие на выбор ИТ-стратегии и ИТ-проекта Умеет: - собирать информацию, необходимую для разработки стратегии развития ИТ-продукта и формирования ИТ-портфеля организации-разрабатывать стратегические планы развития ИТ-продуктов , - обосновывать стратегию развития ИТ-продукта- формировать ИТ-портфель организации, - анализировать внешние и внутренние факторы, влияющие на выбор базовых и специфических стратегий организации- выявлять проблемы и бизнес-возможности в организации по результатам проведения стратегического анализа Имеет практический опыт: - сбора и обработки информации, необходимой для разработки стратегии развития ИТ-продукта и формирования ИТ-портфеля организации, - обоснования стратегии развития ИТ-продукта-формирования ИТ-портфеля организации, - проведения анализа отрасли и конкуренции, внешней и внутренней среды организации, определения направлений стратегического развития
Технологическое предпринимательство и лидерство	Знает: - современные модели технологического предпринимательства и лидерства в ИТ-сфере-направления и методы сбора, обработки, анализа и систематизации информации для разработки ИТ-продуктов, - нормативно-правовые, понятийные и методические основы технологического предпринимательства в ИТ-сфере- методы исследований новых рынков и продуктовых исследований для ИТ-сферы Умеет: - разрабатывать бизнес-модель технологического предпринимательства и лидерства в ИТ-сфере-собирать, обрабатывать, анализировать, систематизировать информацию для разработки ИТ-продуктов, - проводить исследования новых рынков и продуктовые исследования для ИТ-сферы Имеет практический опыт: - разработки бизнес-модель технологического предпринимательства и лидерства в ИТ-сфере-сбора, обработки, анализа и систематизации

	информацию при разработке ИТ-продуктов, - исследования новых рынков и продуктовых исследований для ИТ-сферы
--	---

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 56,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		3
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	48	48
Лекции (Л)	32	32
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	51,5	51,5
Подготовка к экзамену	26,5	26,5
Подготовка к текущему тестированию	25	25
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Сущность и содержание маркетингового подхода и специфика его применения в сфере технологического предпринимательства	24	16	8	0
2	Маркетинговая политика предприятия-инноватора	24	16	8	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1, 2	1	Сущность и содержание маркетинга. Специфика маркетинга в сфере технологического предпринимательства и ИТ-сфере	4
3, 4	1	Методика проведения маркетингового исследования на рынке высокотехнологичных продуктов и ИТ-рынке	4
5, 6	1	Сегментирование рынка высокотехнологичных продуктов и ИТ-продуктов и позиционирование	4
7, 8	1	Маркетинговый анализ и разработка маркетинговой стратегии для предприятий-инноваторов	4
9, 10	2	Товарная политика	4
11, 12	2	Ценовая политика	4
13, 14	2	Сбытовая политика и выбор бизнес-моделей продаж	4

15, 16	2	Коммуникативная политика (политика продвижения)	4
--------	---	---	---

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Постановка маркетинговых целей и задач для предприятий, работающих на рынке высокотехнологичных продуктов и IT-рынке	2
2	1	Подготовка и проведение маркетинговых исследований рынка высокотехнологичных продуктов и IT-продуктов	2
3	1	Сегментирование рынка высокотехнологичных и IT-продуктов и их позиционирование	2
4	1	Маркетинговый анализ и разработка маркетинговой стратегии для предприятий-инноваторов	2
5	2	Разработка товарной политики	2
6	2	Разработка ценовой политики	2
7	2	Выбор бизнес-модели продаж и организация сбыта	2
8	2	Разработка коммуникативной политики (политики продвижения)	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к экзамену	Вся основная и дополнительная литература, представленная в данной РПД	3	26,5
Подготовка к текущему тестированию	Вся основная и дополнительная литература, представленная в данной РПД	3	25

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	3	Текущий контроль	Тест к теме 1	0,125	5	Электронное тестирование проводится через систему Электронный ЮУрГУ 2.0,	экзамен

					включает набор тестовых вопросов с единственным вариантом ответа. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Количество вопросов – 20. Время, отводимое на тестирование 25 минут. Максимальное количество баллов, которые может получить обучающийся за прохождение теста – 5. Критерии оценивания тестовых вопросов: 5 баллов: студент правильно ответил на 90–100% вопросов теста (18–20 верных ответов); 4 балла: студент правильно ответил на 80–89% вопросов теста (16–17 верных ответов); 3 балла: студент правильно ответил на 60–79% вопросов теста (12–15 верных ответов); 2 балла: студент правильно ответил на 40% и менее вопросов теста (менее 12 верных ответов). Максимальное количество баллов – 5. Весовой коэффициент мероприятия – 0,125.		
2	3	Текущий контроль	Тест к теме 2	0,125	5	Электронное тестирование проводится через систему Электронный ЮУрГУ 2.0, включает набор тестовых вопросов с единственным вариантом ответа. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Количество вопросов – 20. Время, отводимое на тестирование 25 минут. Максимальное количество баллов, которые может получить обучающийся за прохождение теста – 5. Критерии оценивания тестовых вопросов: 5 баллов: студент правильно ответил на 90–100% вопросов теста (18–20 верных ответов); 4 балла: студент правильно ответил на 80–89% вопросов теста (16–17 верных ответов); 3 балла: студент правильно ответил на 60–79% вопросов теста (12–15 верных ответов); 2 балла: студент правильно ответил на 40% и менее вопросов теста (менее 12 верных ответов).	экзамен

						Максимальное количество баллов – 5. Весовой коэффициент мероприятия – 0,125.	
3	3	Текущий контроль	Тест к теме 3	0,125	5	Электронное тестирование проводится через систему Электронный ЮУрГУ 2.0, включает набор тестовых вопросов с единственным вариантом ответа. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Количество вопросов – 20. Время, отводимое на тестирование 25 минут. Максимальное количество баллов, которые может получить обучающийся за прохождение теста – 5. Критерии оценивания тестовых вопросов: 5 баллов: студент правильно ответил на 90–100% вопросов теста (18–20 верных ответов); 4 балла: студент правильно ответил на 80–89% вопросов теста (16–17 верных ответов); 3 балла: студент правильно ответил на 60–79% вопросов теста (12–15 верных ответов); 2 балла: студент правильно ответил на 40% и менее вопросов теста (менее 12 верных ответов). Максимальное количество баллов – 5. Весовой коэффициент мероприятия – 0,125.	экзамен
4	3	Текущий контроль	Тест к теме 4	0,125	5	Электронное тестирование проводится через систему Электронный ЮУрГУ 2.0, включает набор тестовых вопросов с единственным вариантом ответа. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Количество вопросов – 20. Время, отводимое на тестирование 25 минут. Максимальное количество баллов, которые может получить обучающийся за прохождение теста – 5. Критерии оценивания тестовых вопросов: 5 баллов: студент правильно ответил на 90–100% вопросов теста (18–20 верных ответов); 4 балла: студент правильно ответил на 80–89% вопросов теста (16–17 верных ответов);	экзамен

						3 балла: студент правильно ответил на 60–79% вопросов теста (12–15 верных ответов); 2 балла: студент правильно ответил на 40% и менее вопросов теста (менее 12 верных ответов). Максимальное количество баллов – 5. Весовой коэффициент мероприятия – 0,125.	
5	3	Текущий контроль	Тест к теме 5	0,125	5	Электронное тестирование проводится через систему Электронный ЮУрГУ 2.0, включает набор тестовых вопросов с единственным вариантом ответа. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Количество вопросов – 20. Время, отводимое на тестирование 25 минут. Максимальное количество баллов, которые может получить обучающийся за прохождение теста – 5. Критерии оценивания тестовых вопросов: 5 баллов: студент правильно ответил на 90–100% вопросов теста (18–20 верных ответов); 4 балла: студент правильно ответил на 80–89% вопросов теста (16–17 верных ответов); 3 балла: студент правильно ответил на 60–79% вопросов теста (12–15 верных ответов); 2 балла: студент правильно ответил на 40% и менее вопросов теста (менее 12 верных ответов). Максимальное количество баллов – 5. Весовой коэффициент мероприятия – 0,125.	экзамен
6	3	Текущий контроль	Тест к теме 6	0,125	5	Электронное тестирование проводится через систему Электронный ЮУрГУ 2.0, включает набор тестовых вопросов с единственным вариантом ответа. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Количество вопросов – 20. Время, отводимое на тестирование 25 минут. Максимальное количество баллов, которые может получить обучающийся за прохождение теста – 5. Критерии оценивания тестовых вопросов:	экзамен

					5 баллов: студент правильно ответил на 90–100% вопросов теста (18–20 верных ответов); 4 балла: студент правильно ответил на 80–89% вопросов теста (16–17 верных ответов); 3 балла: студент правильно ответил на 60–79% вопросов теста (12–15 верных ответов); 2 балла: студент правильно ответил на 40% и менее вопросов теста (менее 12 верных ответов). Максимальное количество баллов – 5. Весовой коэффициент мероприятия – 0,125.	
7	3	Текущий контроль	Тест к теме 7	0,125	5 Электронное тестирование проводится через систему Электронный ЮУрГУ 2.0, включает набор тестовых вопросов с единственным вариантом ответа. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Количество вопросов – 20. Время, отводимое на тестирование 25 минут. Максимальное количество баллов, которые может получить обучающийся за прохождение теста – 5. Критерии оценивания тестовых вопросов: 5 баллов: студент правильно ответил на 90–100% вопросов теста (18–20 верных ответов); 4 балла: студент правильно ответил на 80–89% вопросов теста (16–17 верных ответов); 3 балла: студент правильно ответил на 60–79% вопросов теста (12–15 верных ответов); 2 балла: студент правильно ответил на 40% и менее вопросов теста (менее 12 верных ответов). Максимальное количество баллов – 5. Весовой коэффициент мероприятия – 0,125.	экзамен
8	3	Текущий контроль	Тест к теме 8	0,125	5 Электронное тестирование проводится через систему Электронный ЮУрГУ 2.0, включает набор тестовых вопросов с единственным вариантом ответа. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).	экзамен

					Количество вопросов – 20. Время, отводимое на тестирование 25 минут. Максимальное количество баллов, которые может получить обучающийся за прохождение теста – 5. Критерии оценивания тестовых вопросов: 5 баллов: студент правильно ответил на 90–100% вопросов теста (18–20 верных ответов); 4 балла: студент правильно ответил на 80–89% вопросов теста (16–17 верных ответов); 3 балла: студент правильно ответил на 60–79% вопросов теста (12–15 верных ответов); 2 балла: студент правильно ответил на 40% и менее вопросов теста (менее 12 верных ответов). Максимальное количество баллов – 5. Весовой коэффициент мероприятия – 0,125.	
9	3	Промежуточная аттестация	Экзамен	-	5 При недостаточной и/или не устраивающей студента величине рейтинга ему может быть предложено пройти тестирование по основным разделам дисциплины. Экзамен проводится в форме компьютерного тестирования и включает тестовые вопросы с единственным вариантом ответа. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Количество вопросов – 20. Время, отводимое на тестирование 25 минут. Максимальное количество баллов, которые может получить обучающийся за прохождение теста – 5. Критерии оценивания тестовых вопросов: 5 баллов: студент правильно ответил на 90–100% вопросов теста (18–20 верных ответов); 4 балла: студент правильно ответил на 80–89% вопросов теста (16–17 верных ответов); 3 балла: студент правильно ответил на 60–79% вопросов теста (12–15 верных ответов); 2 балла: студент правильно ответил на 40% и менее вопросов теста (менее 12 верных ответов). Максимальное количество баллов – 5.	экзамен

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	На экзамене происходит оценивание знаний, умений и приобретенного опыта обучающихся по данной дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При недостаточной и/или не устраивающей студента величине рейтинга ему может быть предложено пройти собеседование с преподавателем по основным разделам дисциплины. В результате складывается совокупный рейтинг студента, который позволяет получить оценку по дисциплине. Оценка проставляется в ведомость и зачётную книжку студента. Контрольно-рейтинговое мероприятие промежуточной аттестации проводится в форме итогового компьютерного тестирования, с автоматическим выбором вопросов. Итоговое тестирование содержит 20 вопросов, затрагивающих основные темы курса и позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 25 мин. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Максимальное количество баллов – 5. После прохождения итогового тестирования, его результаты суммируются с результатами, полученными в течение учебного семестра. Экзамен считается завершённым, если по совокупности баллов студент набрал не менее 60 % общего рейтинга обучающегося, в ином случае студент направляется на пересдачу. Прохождение мероприятия промежуточной аттестации не является обязательным.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК-1	Знает: - методы и этапы разработки маркетинговой стратегии высокотехнологичных и ИТ-продуктов - современные подходы к разработке маркетинговой стратегии высокотехнологичных и ИТ-продуктов - каналы и инструменты маркетинга высокотехнологичных и ИТ-продуктов - особенности анализа целевой аудитории для высокотехнологичных и ИТ-продуктов - методы продвижения ИТ-продуктов	+	+	+			+	+	+	+
ПК-1	Умеет: - разрабатывать стратегию маркетинга высокотехнологичных и ИТ-продуктов в цифровой среде - применять инструменты маркетинга высокотехнологичных и ИТ-продуктов в цифровой среде - анализировать целевую аудиторию высокотехнологичных и ИТ-продуктов - разрабатывать комплекс маркетинга и разрабатывать ценовую политику для ИТ-продуктов	+			+	+		+	+	+
ПК-1	Имеет практический опыт: - разработки стратегии маркетинга высокотехнологичных и ИТ-продуктов - разработки комплекса маркетинга высокотехнологичных и ИТ-продуктов - использования инструментов маркетинга высокотехнологичных и ИТ-продуктов в цифровой среде - анализа целевой аудитории и продвижения ИТ-	+	+			+	+		+	+

			Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/443030 . — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3	Основная литература	ЭБС издательства Лань	Баланов, А. Н. Цифровые продукты. Product Owner : учебник для вузов / А. Н. Баланов. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 404 с. — ISBN 978-5-507-49417-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/417785 . — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4	Основная литература	ЭБС издательства Лань	Секлетова, Н. Н. Анализ рынка информационных систем и технологий : учебное пособие / Н. Н. Секлетова, А. С. Тучкова, О. И. Захарова. — Самара : ПГУТИ, 2018. — 215 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/182310 . — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5	Дополнительная литература	ЭБС издательства Лань	Баланов, А. Н. Цифровизация в розничной и оптовой торговле. Разработка, интеграция и внедрение технологических решений : учебное пособие для вузов / А. Н. Баланов. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 452 с. — ISBN 978-5-507-49391-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/421448 . — Режим доступа: для авториз. пользователей.
6	Основная литература	ЭБС издательства Лань	Ангелина, И. А. Инновационный менеджмент и маркетинг : учебное пособие / И. А. Ангелина. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2017. — 148 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/167635 . — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	340 (3)	Компьютер, подключённый к сети Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета; проектор.
Самостоятельная работа студента	127 (36)	Компьютерный класс с предустановленным программным обеспечением и выходом в Интернет; проектор.
Лекции	342 (3)	Компьютер, подключённый к сети Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета;

		проектор.
Экзамен	127 (36)	Компьютерный класс с предустановленным программным обеспечением и выходом в Интернет; проектор.