

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций

по направлению/специальности 110302 – инфокоммуникационные технологии и системы связи

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины:

Формирование у студентов-бакалавров умения широко ориентироваться в вопросах маркетингового подхода к управлению деятельностью отраслевых организаций с учетом особенностей производственных процессов и конечных продуктов – инфокоммуникационных услуг и получении практических навыков использования инструментов маркетинга.

Задачи освоения дисциплины:

- развитие у слушателей креативного типа мышления, ориентированного на создание новых ценностей в условиях жесточайшей конкуренции и изменения моделей ведения бизнеса в инфокоммуникациях;
- знакомство студентов с современными концепциями маркетинга в инфокоммуникациях
- формирование представления об особенностях сектора услуг, характеристик рынков;
- развитие навыков использования инструментов маркетинга для обеспечения конкурентных преимуществ путем потребительского спроса;
- закрепление полученных знаний с целью их применения на практике после окончания учебы.

2. Место дисциплины в структуре ООП, ОПОП

Дисциплина «Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций» относится к дисциплинам вариативной части цикла ГСЭ. Обеспечивающими для не дисциплинами являются: Общая теория и связи, Экономика отрасли инфокоммуникаций, математический анализ, теория вероятности и математическая статистика и те предшествующие дисциплины по выбору студентов, которые касаются организационно-экономических вопросов деятельности отрасли инфокоммуникаций.

Дисциплина «Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций» предшествует дисциплине «Экономика организаций сферы инфокоммуникаций» и написанию ВКР.

3. Перечень планируемых результатов освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

1. Основные положения и методы социальных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач (ОК-8);

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

2. Как организовать бизнес-процессы предоставления инфокоммуникационных услуг, нацеленные на наиболее эффективное использование ограниченных производственных ресурсов, общие вопросы особенностей организации маркетинговых исследований на рынках услуг связи, возможности различных инструментов маркетинга, методы оценки эффективности маркетинговых мероприятий организации связи (ПК-12, ПК-13, ПК-20, ПК-21);
3. 3. Быть готовым к обеспечению эффективной и добросовестной конкуренции на рынке услуг связи (ПК-21).

Уметь:

1. Выявлять социально значимые проблемы и процессы с предоставлением услуг (ОК-8);
2. Находить организационно-управленческие решения в условиях изменяющейся внешней среды и нести за них ответственность (ОК-4);
3. Использовать основные принципы и методы маркетинга в профессиональной деятельности, применять методы экономического анализа, моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-9);
4. Быть способным к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта по тематике инвестиционного (или иного) проекта; уметь собирать и анализировать информацию для формирования исходных данных для оценки эффективности при проектировании средств и сетей связи и их элементов и давать предложения для реализации производственной программы компании по обслуживанию клиентов (ПК-13);
5. Быть готовым к участию в достижении корпоративных целей и становлению организации связи как активного субъекта экономической деятельности (ПК-20).

Владеть:

1. Методами и процессами проведения маркетинговых исследований (ПК-14);
2. Методами принятия управленческих решений в области организации маркетинговой деятельности (ПК-22).

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часа)

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

Лекционные занятия следует проводить проблемным методом с применением демонстрационного материала, на пример, с демонстрацией фолий посредством документ-

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

камеры и компьютера. Желательно иметь раздаточный материал (схемы, графики, и т.п.), изготовленный типографским способом, который не должен подменять конспекта слушателя. Желательно на первом занятии поставив основные проблемы курса, дать перечень вопросов, которые подлежат изучению и список основной и дополнительной литературы.

Практические занятия целесообразно проводить в компьютерном классе, используя оригинальную методику и программы. Можно рекомендовать установку оригинальных программ на ПК студентов и выполнять ряд задач дома. В этом случае в аудитории основное внимание концентрируется на методике использования названных программ.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии: конспект лекции, основная и дополнительная литература, решение контрольных задач на ПК дома.

Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля Зачет
Промежуточная аттестация проводится в форме: В форме опроса на практических занятиях и 10-и минутных «летучек», когда студент должен решить задачу на основе изученного материала.