

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ НА РЫНКЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

38.04.05 «Бизнес-информатика»

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины (модуля) «Маркетинговые исследования на рынке информационных технологий (ИТ)» являются:

1. Освоение современных методов проведения маркетинговых исследований на рынке информационных технологий и применение их на практике.
2. Приобретение навыков проведения маркетингового исследования на рынке информационных технологий.
3. Развитие практических навыков разработки проектов исследования, исследовательского инструментария, формирования выборочной совокупности, сбора и анализа маркетинговой информации на рынке информационных технологий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинговые исследования на рынке информационных технологий» относится к вариативной части учебного плана магистратуры по направлению 38.04.05 «Бизнес-информатика», программа «Предпринимательство и организация бизнеса в сфере информационных технологий». Изучение дисциплины обеспечивает формирование у студентов навыков работы с методами решения сложных задач, необходимых в дальнейшей профессиональной деятельности.

Дисциплина «Маркетинговые исследования в сфере информационных технологий» входит в блок Б1.В.ДВ.2 учебного плана подготовки магистров направления «Бизнес-информатика», дисциплина по выбору. Она логически связана с такими учебными дисциплинами как: «Методология внедрения бизнес - систем», «Моделирование бизнес - систем» и др. Учебная дисциплина «Маркетинговые исследования на рынке ИТ» является теоретическим и методологическим основанием для изучения курсов «Организация бизнеса в сфере информационных технологий», «Коммерциализация научно-технических разработок» и др.

Знания, полученные в рамках изучения данной дисциплины, могут быть применены при прохождении практики, подготовке научно-исследовательской работы, научно-исследовательского семинара и ВКР (магистерской диссертации).

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Маркетинговые исследования на рынке информационных технологий» направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций:

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- способность управлять исследовательскими и проектно-внедренческими коллективами (ПК-6);

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

- 1) Знать:
 - общелогические методы и приемы исследования;
 - основные понятия и сущность исследовательской и проектно-внедренческой деятельности.
- 2) Уметь:

- использовать основные научные законы и общелогические методы исследований;
- организовывать работу исследовательских и проектно-внедренческих групп.

3) Владеть:

- навыками абстрактно-логического мышления;
- навыками управления исследовательскими и проектно-внедренческими коллективами.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Общая характеристика, классификация и типы маркетинговых исследований

Тема 2. Основные этапы исследования. Дизайн исследования

Тема 3. Источники вторичной информации в маркетинге. Мета-анализ как инструмент анализа вторичных данных

Тема 4. Методы качественных исследований в маркетинге. Анализ данных с помощью контент-анализа. Смешанные (качественно-количественные) методы анализа данных.

Тема 5. Методы количественных исследований. Формирование выборки. Основные методы анализа количественных данных

Тема 6. Основные методы коммерческой этнографии

Тема 7. Основные методы инструментального наблюдения

Составитель:

доцент кафедры «Бизнес-информатика и экономика», к.э.н. Губр А.М. Губернаторов

Заведующий кафедрой «Бизнес-информатика и экономика» Теслен И.Б.Тесленко

Председатель учебно-методической комиссии
направления 38.04.05 «Бизнес-информатика»

Теслен И.Б.Тесленко

Директор ИЭиМ Захар П.Н. Захаров

Дата: 31.08.2015

Печать института

