

Аннотация адаптированной рабочей программы дисциплины «Основы информационного консалтинга и информационного маркетинга»

Цель и задачи освоения дисциплины

Основной целью изучения дисциплины «Основы информационного консалтинга и информационного маркетинга» является рассмотрение вопросов организации процесса предоставления услуг информационного консалтинга на примере проектов бизнес-консалтинга, стратегического, продуктового, операционного, технического консалтинга и использования комплекса инструментов ИТ-маркетинга.

В процессе изучения дисциплины «Основы информационного консалтинга и информационного маркетинга» решаются следующие задачи:

формирование у обучающихся готовности к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;

формирование у обучающихся способности применять современные методы и инструментальные средства прикладной информатики для автоматизации и информатизации решения прикладных задач различных классов и создания ИС;

формирование у обучающихся способности принимать эффективные проектные решения в условиях неопределенности и риска;

формирование у обучающихся способности организовывать и проводить переговоры с представителями заказчика и профессиональные консультации на предприятиях и в организациях;

формирование у обучающихся способности в условиях функционирования ИС брать на себя ответственность за выполнение производственных задач ИТ-служб, эффективно использовать современные приемы и методы работы с ИТ-персоналом;

формирование у обучающихся способности к профессиональной эксплуатации современного электронного оборудования в соответствии с целями основной образовательной программы магистратуры.

Содержание дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающиеся изучат теоретический и практический материал по следующим темам:

1. Консалтинг в сфере информационных технологий
2. Проекты бизнес-консалтинга
3. Проекты стратегического ИТ-консалтинга
4. Проекты продуктового ИТ-консалтинга
5. Организация предоставления консалтинговых услуг
6. Проекты операционного и технического ИТ-консалтинга
7. Основные понятия маркетинга
8. Маркетинг программных продуктов и услуг
9. Интернет в комплексе маркетинга

Трудоемкость дисциплины и форма промежуточной аттестации

Объем дисциплины 3 з.е. Форма промежуточного контроля –зачет с оценкой.