

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОУ ВПО Кыргызско-Российский Славянский университет
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина

УТВЕРЖДАЮ

Декан ЭФ

Бровко Н.А.

29.08.2023



Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций

аннотация дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой
Учебный план

Менеджмента

b11030230_21_12итисс.rlx

Направление 11.03.02 - РФ, 690300 - КР Инфокоммуникационные технологии и системы
связи

Профиль "Сети связи и системы коммутации"

Форма обучения

очная

Программу составил(и):

к.э.н., доцент, доцент, Асанбекова А.А.; к.э.н., доцент, доцент, Островская Е.С.

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	Неделя 17			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
Контактная работа в период теоретического обучения	0,2	0,2	0,2	0,2
В том числе инт.	13	13	13	13
В том числе в форме практ.подготовки	36	36	36	36
Итого ауд.	54	54	54	54
Контактная работа	54,2	54,2	54,2	54,2
Сам. работа	53,8	53,8	53,8	53,8
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Целью освоения дисциплины «Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций» - является в получении студентами знаний и практических навыков в области научно-теоретических, методических, правовых и практических основ маркетинговой деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Направляющие систем электросвязи
2.1.2	Современные методы программирования
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Сети и системы мобильной связи
2.2.2	Основы права в инфокоммуникациях
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-5: Способен к сбору, обработке, распределению и контролю выполнения заявок на техподдержку оборудования с помощью инфокоммуникационных систем и баз данных	
Знать:	
Уровень 1	Основные виды функци-ональных стратегий компании, принципы и порядок их разработки.
Уметь:	
Уровень 1	Определять частные функциональные стра-тегии компании по ее основным составляю-щим
Владеть:	
Уровень 1	Навыками обоснования функци-ональных стра-тегий компании и опре-деления их взаимосвязи

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
Основы, использования основ экономических знаний, принципы, концепции маркетинга как особой управленческой деятельности; Особенности форм и методов исследования товаров, услуг, идей, организаций и личностей; Разработку технологии создания маркетинговых планов оформлению законченных проектно-конструкторских работ в соответствии с нормами и стандартами.	
3.2	Уметь:
Использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности и провести системный анализ рынка товаров и услуг; Владеть методами составления маркетинговых программ и планов предприятия; В соответствии с нормами и стандартами применять различные методы маркетинговых исследований, формулировать их цели, собирать проблемно-ориентированную информацию в статистически обоснованных выборках и интерпретировать эти данные с целью принятия управленческих решений.	
3.3	Владеть:
Различными методами маркетинговых исследований, использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности на статистически обоснованных выборках и интерпретацией этих данных с целью принятия концепций маркетинга.	