

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
38.03.05 – Бизнес информатика
(профиль «Технологическое предпринимательство»)

Аннотация рабочей программы
дисциплины «Конкурентоспособность программно-информационных
продуктов и услуг»

Целью изучения данного курса является освоение теоретических и практических аспектов обеспечения конкурентоспособности программно-информационных продуктов и услуг и на этой основе формирование знаний и умений у студентов по разработке конкретных рекомендаций, направленных на повышение экономической привлекательности данных объектов как с позиции удовлетворения потребностей покупателей, так и с позиции соперничества за его свободные средства в рамках системного, процессного, поведенческого, инновационного и динамического подходов к управлению.

Задачи дисциплины: систематизация научных взглядов на конкурентоспособность объектов, эволюцию данной категории; анализ научных подходов, принципов и методов управления конкурентоспособностью объектов; изучение теории и практики управления конкурентоспособностью программно-информационных продуктов и услуг; формирование навыков самостоятельного выполнения оценочных работ, выработки способностей творческого мышления, анализа и обобщения коммерческой практики.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа, из них: аудиторных – 72 (36/0/36), самостоятельная работа – 72 часа.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет – 6 семестр.

Содержание дисциплины.

Курс состоит из двух тематических блоков: технология производства информационных продуктов и услуг и рынок информационных продуктов и услуг как система экономических, правовых и организационных отношений по торговле информационными продуктами. Основные разделы:

Технология производства информационных продуктов и услуг. Понятие информационного продукта и услуг.

Классификация прикладных информационных технологий. Методы и средства реализации информационных технологий. Проблемы качества информационных технологий.

Рынок информационных продуктов и услуг, как система экономических, правовых и организационных отношений по торговле информационными продуктами. Условия и механизмы функционирования рынка информационных услуг.

Инфраструктура информационного рынка.

Составляющие рынка информационных продуктов и услуг. Поставщики и потребители информационных продуктов и услуг. Основные участники информационного рынка.

Ценообразование на рынке информационных продуктов и услуг.

Тенденция развития информационного рынка.