

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ ИМ. ПРОФ. М.А. БОНЧ-БРУЕВИЧА»  
(СПбГУТ)**

Кафедра Экономики и менеджмента инфокоммуникаций  
(полное наименование кафедры)

Первый проректор – проректор по учебной работе  
  
Г.М. Машков  
« 19 » 06 20 18 г.

Регистрационный №\_18.07/116-Д

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Рынки ИКТ и организация продаж

(наименование дисциплины)

образовательная программа высшего образования

38.03.05 Бизнес-информатика

(код и наименование направления подготовки / специальности)

бакалавр

(квалификация)

Анализ и проектирование бизнес-процессов предприятия в  
цифровой экономике

(направленность / профиль образовательной программы)

очная форма

(форма обучения)

Санкт-Петербург

Рабочая программа дисциплины составлена на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности) подготовки «38.03.05 Бизнес-информатика», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 26.08.2016 № 1002, и в соответствии с рабочим учебным планом, утвержденным ректором университета.

## 1. Цели и задачи дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» является:

овладение основами теоретических знаний в области функционирования рынков информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и умением применять их на практике.

Эта цель достигается путем решения следующих(ей) задач(и):

формирования у студентов системных знаний о маркетинге в сфере информационно-коммуникационных технологий, о методах анализа и прогноза развития рынков высокотехнологичных продуктов и услуг, структуре и особенностях функционирования рынка ИКТ, его основных участниках и тенденциях развития, об управлении маркетингом и продажами в сфере ИКТ, а также создания необходимой базы для успешного овладения последующими специальными дисциплинами учебного плана.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Рынки ИКТ и организация продаж» Б1.В.21 является обязательной дисциплиной вариативной части блока 1 учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «38.03.05 Бизнес-информатика». Изучение дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» опирается на знания дисциплин «Маркетинг»; «Социально-экономическая статистика»

## 3. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Компетенции, установленные ФГОС ВО

Таблица 1

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции
1	ПК-10	умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")
2	ПК-25	способность описывать целевые сегменты ИКТ-рынка

Планируемые результаты обучения

Таблица 2

Код компетенции	знать	уметь	владеть

ПК-10	основные принципы и методики планирования и организации электронного бизнеса;	использовать сеть "Интернет" для повышения эффективности работы предприятий и организаций;	навыками организации продаж в сети "Интернет";
ПК-25	целевые сегменты ИКТ-рынка;	использовать основные методы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности для теоретического и экспериментального исследования;	навыками подготовки научно-технических отчетов, презентаций, научных публикаций по результатам выполненных исследований;

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Таблица 3

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры
			6
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ	72	72
<b>Контактная работа с обучающимися</b>		34.25	34.25
в том числе:			
Лекции		14	14
Практические занятия (ПЗ)		20	20
Лабораторные работы (ЛР)			-
Защита контрольной работы			-
Защита курсовой работы			-
Защита курсового проекта			-
Промежуточная аттестация		0.25	0.25
<b>Самостоятельная работа обучающихся (СРС)</b>		37.75	37.75
в том числе:			
Курсовая работа			-
Курсовой проект			-
И / или другие виды самостоятельной работы: подготовка к лабораторным работам, практическим занятиям, контрольным работам, изучение теоретического материала.		29.75	29.75
Подготовка к промежуточной аттестации		8	8
<b>Вид промежуточной аттестации</b>			Зачет

#### 5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины.

Таблица 4

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание раздела	№ семестра		
			очная	очно-заочная	заочная

1	Раздел 1. Введение	Предмет и содержание, цель и задачи дисциплины. Ее место в подготовке бакалавров «Бизнес-информатики».	6		
2	Раздел 2. Место отрасли инфокоммуникаций в национальной экономике	Классификация отраслей и секторов экономики. Понятие отрасли инфокоммуникаций. Основные направления научно-технического развития инфокоммуникаций. Экономические границы отрасли инфокоммуникаций. Эволюция и экономическая характеристика развития составляющих отрасли инфокоммуникаций (ИКТ).	6		
3	Раздел 3. Базовые понятия теории маркетинга. Особенности маркетинга в инфокоммуникациях	Сущность, принципы, особенности маркетинга в инфокоммуникациях. Методы анализа рынков ИКТ. Маркетинговый процесс, функции, инструменты маркетинга в инфокоммуникациях. Особенности маркетинга услуг	6		
4	Раздел 4. Отраслевая специфика рынка инфокоммуникаций (ИКТ)	Особенности рыночной среды инфокоммуникаций. Структура рынка ИКТ. Признаки рынка инфокоммуникационных услуг. Структурные сдвиги в экономике отрасли инфокоммуникаций. Основные технологические и бизнес-факторы развития рынков ИКТ. Анализ рынка ИКТ как этап маркетинговой стратегии	6		
5	Раздел 5. Исследование рынка в инфокоммуникациях.	Основные направления и этапы исследования рынка ИКТ. Методы исследования рынка ИКТ. Сегментация рынка и исследования спроса. Основные источники информации о рынках ИКТ. Методики поиска, обработки, представления данных о рынках ИКТ	6		
6	Раздел 6. Особенности производства и потребления инфокоммуникационных услуг	Конвергенция и ее влияние на свойства услуг. Современные бизнес-модели в отрасли инфокоммуникаций. Участники отраслевого рынка и принципы их взаимодействия в процессе оказания услуг. Экономическая характеристика, классификация и методы измерения услуг	6		
7	Раздел 7. Особенности рынка информационных технологий	Эволюция рынка ИТ. Методы анализа рынка ИТ. Основные бизнес-модели в ИТ (продуктовая, сервисная). Тенденции развития рынка ИТ	6		
8	Раздел 8. Особенности рынка бизнес-приложений	Характеристика рынка горизонтальных и вертикальных бизнес-приложений, систем интеграции, бизнес и ИТ-консалтинга. Рынок горизонтальных бизнес-приложений - ERP, CRM, SRM, документооборот. Рынок вертикальных бизнес-приложений - информационные системы торговых компаний, биллинговые системы операторов связи. Рынок бизнес- и ИТ - консалтинга	6		

9	Раздел 9. Организация продаж на рынках ИКТ и маркетинговые коммуникации	Виды маркетинговых стратегий. Особенности коммуникационной деятельности компаний в сфере ИКТ. Организация продаж инфокоммуникационных услуг и обслуживания потребителей. Методы стимулирования продажи услуг. Организация продаж в области в области ИТ. Особенности продажи решений и сервисов. Построение партнерской сети. Построение отделов маркетинга и продаж. Методики эффективных продаж.	6		
---	--	--	---	--	--

5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами.

Таблица 5

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин
1	Бизнес-планирование и риск-финансирование
2	Организация электронного бизнеса

5.3. Разделы дисциплин и виды занятий.

Очная форма обучения

Таблица 6

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплин	Лек-ции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Семи-нары	СРС	Всего часов
1	Раздел 1. Введение	1					1
2	Раздел 2. Место отрасли инфокоммуникаций в национальной экономике	1	2			2	5
3	Раздел 3. Базовые понятия теории маркетинга. Особенности маркетинга в инфокоммуникациях	2	2			2	6
4	Раздел 4. Отраслевая специфика рынка инфокоммуникаций (ИКТ)	1	2			2	5
5	Раздел 5. Исследование рынка в инфокоммуникациях.	1	4			7.75	12.75
6	Раздел 6. Особенности производства и потребления инфокоммуникационных услуг	1	2			4	7
7	Раздел 7. Особенности рынка информационных технологий	2	2			4	8
8	Раздел 8. Особенности рынка бизнес-приложений	1	2			4	7
9	Раздел 9. Организация продаж на рынках ИКТ и маркетинговые коммуникации	4	4			4	12
Итого:		14	20	-	-	29.75	63.75

## 6. Лабораторный практикум

Рабочим учебным планом не предусмотрено

## 7. Практические занятия (семинары)

Очная форма обучения

Таблица 7

№ п/п	Номер раздела (темы)	Наименование практических занятий (семинаров)	Всего часов
1	2	Место отрасли инфокоммуникаций в национальной экономике	2
2	3	Базовые понятия теории маркетинга. Особенности маркетинга в инфокоммуникациях.	2
3	4	Отраслевая специфика рынка инфокоммуникаций (ИКТ)	2
4	5	Исследование рынка в инфокоммуникациях	4
5	6	Особенности производства и потребления инфокоммуникационных услуг	2
6	7	Особенности рынка информационных технологий	2
7	8	Особенности рынка бизнес-приложений	2
8	9	Организация продаж на рынке ИКТ и маркетинговые коммуникации	4
Итого:			20

## 8. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Рабочим учебным планом не предусмотрено

## 9. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

Таблица 8

№ раздела дисциплины	Содержание СРС	Форма контроля	Всего часов
2	Место отрасли инфокоммуникаций в национальной экономике	собеседование, тест	2
3	Базовые понятия теории маркетинга. Особенности маркетинга в инфокоммуникациях.	собеседование, тест	2
4	Отраслевая специфика рынка инфокоммуникаций (ИКТ)	собеседование, тест	2
5	Исследование рынка в инфокоммуникациях	собеседование, тест	7.75
6	Особенности производства и потребления инфокоммуникационных услуг	собеседование, тест	4
7	Особенности рынка информационных технологий	собеседование, тест	4
8	Особенности рынка бизнес-приложений.	собеседование, тест	4
9	Организация продаж на рынках ИКТ и маркетинговые коммуникации. Подготовка презентации	собеседование, тест	4
Итого:			29.75

## **10. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Для самостоятельной работы по дисциплине рекомендовано следующее учебно-методическое обеспечение:

- Положение о самостоятельной работе студентов в Санкт-Петербургском государственном университете телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича;
- рекомендованная основная и дополнительная литература;
- конспект занятий по дисциплине;
- слайды-презентации и другой методический материал, используемый на занятиях;
- методические рекомендации по подготовке письменных работ, требования к их содержанию и оформлению (реферат, эссе, контрольная работа) ;
- фонды оценочных средств;

## **11. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся**

Фонд оценочных средств разрабатывается в соответствии с Методическими рекомендациями по формированию ФОС и приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017г. № 301 г. Москва "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры" и является приложением к рабочей программе дисциплины.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Для каждого результата обучения по дисциплине определяются показатели и критерии оценки сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

## **12. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

12.1. Основная литература:

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Электронный ресурс] / Ф. Котлер, К. Л.



- Келлер. - СПб. : Питер, 2018. - 800 с. : ил. - ISBN 978-5-496-00177-9 : Б. ц.
2. Жданова, Т. С. Технологии продаж [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Жданова Т. С. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 184 с. - ISBN 978-5-394-02197-8 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.

#### 12.2. Дополнительная литература:

1. Менеджмент в телекоммуникациях [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. В. Макаров [и др.] ; ред.: В. В. Макаров, Р. Г. Цатурова ; Федеральное агентство связи, СПбГУТ им. проф. М. А. Бонч-Бруевича. - 2-е изд., перераб. и доп. - СПб. : СПбГУТ, 2011. - 372 с. : табл. - Библиогр.: с. 367-370. - ISBN 978-5-89160-061-4 : 181.70 р.
2. Белянина, Наталья Николаевна. Экономика связи [Электронный ресурс] : методические указания к практическим занятиям / Н. Н. Белянина, К. А. Ракитянская ; рец. Л. Н. Кузнецова ; Федеральное агентство связи, Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего профессионального образования "Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича". - СПб. : СПбГУТ, 2013. - 37 с. : ил. - 255.13 р.
3. Юрасов, А. В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] / А. В. Юрасов, А. В. Иванов. - М. : Горячая линия-Телеком, 2012. - 246 с. : ил. - ISBN 978-5-9912-0165-0 : Б. ц.
4. Васильев, Г. А. Поведение потребителей (2-е издание) [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Васильев Г. А. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 238 с. - ISBN 978-5-238-01280-3 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.
5. Захарова, Ю. А. Продакт-менеджмент, или Искусство управления товаром (2-е издание) [Текст] : практическое пособие / Захарова Ю. А. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 125 с. - ISBN 978-5-394-01537-3 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.
6. Кондрашов, В. М. Управление продажами [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301) / Кондрашов В. М. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 319 с. - ISBN 978-5-238-01259-9 : Б. ц. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.

### **13. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

- [www.sut.ru](http://www.sut.ru)
- [lib.spbgut.ru/jirbis2\\_spbgut](http://lib.spbgut.ru/jirbis2_spbgut)

## **14. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.**

14.1. Программное обеспечение дисциплины:

- Google Chrome
- Open Office
- Windows 7 ЦЭУБИ

14.2. Информационно-справочные системы:

- ЭБС iBooks (<https://ibooks.ru>)
- ЭБС IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru>)
- ЭБС Лань (<https://e.lanbook.com/>)
- ЭБС СПбГУТ (<http://lib.spbgut.ru>)

## **15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

15.1 Планирование и организация времени, необходимого для изучения дисциплины

Важным условием успешного освоения дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» является создание системы правильной организации труда, позволяющей распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком образовательного процесса. Большую помощь в этом может оказать составление плана работы на семестр, месяц, неделю, день. Его наличие позволит подчинить свободное время целям учебы, трудиться более успешно и эффективно. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Все задания к практическим занятиям, а также задания, вынесенные на самостоятельную работу, рекомендуется выполнять непосредственно после соответствующей темы лекционного курса, что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях, систематизировать ранее пройденный материал, на его основе приступить к овладению новыми знаниями и навыками.

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций и практических занятий), работа на которых обладает определенной спецификой.

15.2 Подготовка к лекциям

Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от студента требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая студенту понять глубинные процессы развития изучаемого предмета, как в истории, так и в настоящее время.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

### 15.3 Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

#### 15.4 Рекомендации по работе с литературой

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы.

Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, №

страницы). Впоследствии эта информации может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам;
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, слова-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

#### 15.5 Подготовка к промежуточной аттестации

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

## 16. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 9

№ п/п	Наименование специализированных аудиторий и лабораторий	Наименование оборудования
1	Лекционная аудитория	Аудио-видео комплекс
2	Аудитории для проведения групповых и практических занятий	Аудио-видео комплекс
3	Компьютерный класс	Персональные компьютеры
4	Аудитория для курсового и дипломного проектирования	Персональные компьютеры
5	Аудитория для самостоятельной работы	Компьютерная техника
6	Читальный зал	Персональные компьютеры

