

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.ДВ.16.02 РЫНОК СИСТЕМ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА

#### Объем трудоемкости:

ЗФО 7 зач. ед (252 часа, из них – 12,3 ч аудиторной нагрузки: лекционных – 6 ч, практических – 6 ч., ИКР -0,3; 231 ч. самостоятельной работы, 8,7 ч. - экзамен).

**Цель дисциплины:** подготовка слушателей по основным вопросам теории и практики информационного маркетинга и исследования рынка информационных систем электронного документооборота.

#### Задачи изучения дисциплины:

- 1) формирование научного представления о задачах, методах и инструментах информационного маркетинга;
- 2) приобретение знаний о современном состоянии и перспективах развития рынка информационных систем ЭД;
- 3) приобретение практических навыков работы с конкретными представителями систем электронного документооборота организации.

#### Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина «Рынок систем электронного документооборота» принадлежит к вариативным дисциплинам блока Б1 направления подготовки 46.03.02 «Документоведение и архивоведение» основной образовательной программы бакалавра и имеет индекс Б1.В.ДВ.16.01

Для успешного усвоения дисциплины необходимо, чтобы студент имел знания, умения, владение и опытом деятельности в объеме требований следующих дисциплин: информатика, изучаемых на первом и втором курсе обучения.

Предшествующие дисциплины: Информатика, Введение в направление, на которые опирается изучаемая дисциплина и являющиеся необходимым «входным» уровнем освоения данной дисциплины. В свою очередь, изучение дисциплины обеспечивает возможность успешного освоения студентами следующих дисциплин основной образовательной программы: Документационное обеспечение системы менеджмента качества.

#### Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК2, ПК4, ПК6.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-2	Владением базовыми знаниями в области информационных технологий (программные продукты, используемые в управлении документами, системы электронного документооборота, технологии сканирования документов)	программные средства, используемые в управлении документами, системы электронного документооборота	Уметь применять информационные технологии	технологиями сканирования документов
2	ПК-4	Способностью самостоятельно работать с различными источниками информации	Знать методы работы с различными источниками информации	Уметь использовать информационные инструменты маркетинга	Владеть способностью самостоятельно работать с различными источниками информации
3	ПК-6	Способностью анализировать ситуацию	Знать ситуацию на рынке	Уметь анализировать	Владеть способностью

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		на рынке информационных продуктов и услуг, давать экспертную оценку современным системам электронного документооборота и ведения электронного архива	информационных продуктов и услуг, давать экспертную оценку современным системам электронного документооборота и ведения электронного архива	ситуацию на рынке информационных продуктов и услуг, давать экспертную оценку современным СЭД	анализировать ситуацию на рынке информационных продуктов и услуг, давать экспертную оценку современным системам электронного документооборота и ведения электронного архива

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 7 зач.ед. (252 ч), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ЗФО).

Вид учебной работы	ЗФО		
	Всего часов	Курсы	
		2	3
<b>Контактная работа</b>	12,3	12,3	
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	12	12	-
В том числе:			
Занятия лекционного типа	6	6	
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	6	6	
КСР			
ИКР	0,3		
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	231	60	171
В том числе:			
эссе	10	10	
самостоятельная работа студентов	221	50	171
<b>Экзамен</b>			9
Общая трудоемкость час	252		
зач. ед.	7	2	5

#### Основные разделы дисциплины:

№ темы	Наименование модулей, разделов и тем	ЗФО			
		Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		
Л	ПЗ		ЛР		
1	2				
<b>I</b>	<b>Основы маркетинга в организации</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	60
1	Введение в современный маркетинг. Эволюция маркетинговой концепции		2		20
2	Принципиальная структура системы маркетинга организации				10

3	Задачи и функции маркетинга			2		10
4	Изучение окружающей среды и анализ рынков. Маркетинговые исследования и маркетинговые информационные системы		2			10
5	Сегментирование рынков и позиционирование товара			2		10
<b>II</b>	<b>Классы систем электронного документооборота</b>		<b>2</b>	<b>2</b>		<b>80</b>
6	Системы управления корпоративным содержанием (CMS)		1	2		26
7	Системы, ориентированные на бизнес-процессы. Системы управления потоками работ (workflow).		1			30
8	Системы управления корпоративными знаниями					24
<b>III</b>	<b>Анализ рынка систем электронного документооборота</b>					<b>50</b>
9	Основные игроки и сегменты рынка СЭД. Опыт внедрения СЭД в разных отраслях. Статистика использования СЭД в регионах России					24
10	Перспективы и динамика развития рынка СЭД. Основные тенденции развития.					26
<b>IV</b>	<b>Специфика внедрения СЭД в организации</b>					<b>41</b>
11	Технологии выбора СЭД для внедрения					20
12	Этапы внедрения СЭД					21
	<b>КР</b>					
	<b>ИКР</b>	0,3				
	<b>Экзамен</b>	9				
	<b>Итого по дисциплине</b>	<b>252</b>	<b>6</b>	<b>6</b>		<b>231</b>

**Курсовые проекты или работы:** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: мультимедийные презентации, дискуссии, кейс-метод.

**Вид аттестации:** зачет

**Основная литература:**

1. Основы маркетинга [Текст] = Principles of marketing / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс ; [пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид ; под ред. А. В. Назаренко]. - 5-е европейское изд. - Москва [и др.]: Вильямс, 2018. - 751 с. (80 экз).

2. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Реброва Н. П. - М.: Юрайт, 2018. - 186 с. - <https://biblio-online.ru/book/877B0C3B-7771-495B-BBFF-EB58FDFFE4E8/strategicheskiy-marketing>.

3. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик [Электронный ресурс]: учебное пособие / Рыжикова Т. Н. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 288 с. - <http://znanium.com/catalog/product/915555>.

4. Инновационный маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под ред. С. В. Карповой. - М.: Юрайт, 2018. - 457 с. - <https://biblio-online.ru/book/72435A31-C11C-42E1-9E50>

**Автор РПД:** канд. физ.-мат. наук, доцент Савченко А.П.