



Частное учреждение высшего образования
«Институт государственного администрирования»

Кафедра экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 П.Н. Рузанов

«28» февраля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Рынки информационно-коммуникационных технологий и управление продажами»

Направление подготовки:

38.03.05 Бизнес-информатика

профиль:

Информационные технологии в управлении предприятием

Квалификация – бакалавр

Форма обучения: очная

Москва 2023 г.

Рабочая программа по дисциплине «**Рынки ИТК и управление продажами**» составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат, от 29 июля 2020 г. № 838, для обучающихся по направлению подготовки **38.03.05 «Бизнес-информатика»**.

Составитель:

д.э.н., доцент Омарова З.К.

РАССМОТРЕНА и ПРИНЯТА

на заседании кафедры

экономики и менеджмента

«28» февраля 2023 г., протокол № 2

З.К.Омарова

(подпись)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Рынки информационно-коммуникационных технологий и управление продажами» является формирование системного представления о современных рынках ИКТ и организации продаж.

Задачи:

- изучение основных понятий, истории развития рынка информационно - коммуникационных технологий,
- выявление тенденций развития мирового и российского рынка информационных технологий,
- изучение структуры рынка и особенностей организации продаж.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Рынки информационно-коммуникационных технологий и управление продажами» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП бакалавриата по направлению 38.03.05 Бизнес-информатика Б.1.В.05.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
1	2	3	4
ПК-1 Способен разрабатывать бизнес-планы, ценовую политику и стратегии развития серии ИТ-продуктов	ПК-1. 1 Понимает структуру бизнес-планов, основные подходы к разработке ценовой политики и теорию стратегического управления	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - инструменты и методы планирования и стратегического управления в информационных системах; <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - выделять инструменты и методы планирования и стратегического управления, подходящие к определенной информационной системе; <p><i>Владеть</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками поиска современных инструментов и методов планирования и управления для повышения эффективности функционирования информационной системы организации 	Тестовые и ситуационные задания

Продолжение таблицы

1	2	3	4
	<p>ПК-1.2 Выбирает вид ценовой политики серии ИТ-продуктов и формулировать стратегию развития</p>	<p><i>Знать:</i> - виды ценовых политик и стратегии развития информационных систем; <i>Уметь:</i> - выделять ценовую политику и стратегию развития, подходящие к определенной информационной системе; <i>Владеть</i> - навыками поиска современных видов ценовой политики и стратегий развития для повышения эффективности функционирования информационной системы организации</p>	<p>Тестовые и ситуационные задания</p>
	<p>ПК-1.3 Понимает принцип составления бизнес-плана, построения расчетов и прогнозов доходов и расходов серии продукта, разработки ценовой политики и стратегии развития серии продуктов</p>	<p><i>Знать:</i> - виды бизнес-планов, особенности формирования доходов и расходов, стратегии ценообразования и развития в информационных системах; <i>Уметь:</i> - выделять виды бизнес-планов, особенности формирования доходов и расходов, стратегии ценообразования и развития, подходящие к определенной информационной системе; <i>Владеть</i> - навыками составления бизнес-плана, составления прогноза доходов и расходов, стратегии ценообразования и развития для повышения эффективности функционирования информационной системы организации</p>	<p>Тестовые и ситуационные задания</p>
<p>ПК-2 Способен осуществлять продвижение ИТ-продуктов</p>	<p>ПК-2.1 Понимает стадии жизненного цикла и особенности продвижения информационного продукта на рынке</p>	<p><i>Знать:</i> - стадии жизненного цикла информационного продукта; - способы продвижения информационных продуктов на рынке <i>Уметь:</i> - определить стадию жизненного цикла информационного продукта; - выявить набор ресурсов, необходимых для продвижения информационного продукта на рынке <i>Владеть</i> - навыками поиска новых рынков сбыта информационного продукта; - навыками разработки направлений изменения стадии жизненного цикла информационного продукта</p>	<p>Тестовые и ситуационные задания</p>

Продолжение таблицы

1	2	3	4
	ПК-2.2 Планировать ознакомительные мероприятия о свойствах информационного продукта	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные направления развития свойств информационного продукта; - основные свойства информационного продукта; <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ и сопоставление информации о свойствах продукта; - разрабатывать график мероприятий по ознакомлению с информационным продуктом <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками практической деятельности, направленной на проведение ознакомительных мероприятий об информационном продукте 	Тестовые и ситуационные задания, задачи
	ПК-2.3 Понимать особенности распространения информации о продуктах по всем доступным коммуникационным каналам	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные коммуникационные каналы для реализации информации по продукту; <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - применять информационные каналы для организации продаж информационного продукта; - формулировать способы и планировать план мероприятий по распространению информации о продукте <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения методик коммуникационного взаимодействия с потребителями информационных продуктов в условиях конкретного предприятия 	Тестовые и ситуационные задания, кейсы

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Тематический план форма обучения - очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Раздел 1. Рынок информационно-коммуникационных технологий.	5	1-6	6	6		6	30	Рейтинг-контроль №1
2	Раздел 2. Рынок бизнес-приложений и услуг системной интеграции.	5	7-12	6	6		6	30	Рейтинг-контроль №2
3	Раздел 3. Организация продаж на рынке информационно-	5	13-	6	6		6	30	Рейтинг-контроль №3

	коммуникационных технологий.		18						
Всего за 5 семестр:			18	18		18	90	Зачет с оценкой	
Наличие в дисциплине КП/КР			-	-	-		-		
Итого по дисциплине			18	18		18	90	Зачет с оценкой	

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Раздел 1. Рынок информационно-коммуникационных технологий

Тема 1. Основные понятия рынка информационно-коммуникационных технологий.

Понятие информационного продукта и услуг. Материальный и нематериальный продукт информационного производства. Классификация информационных продуктов и услуг. Инфраструктура информационного рынка. Функции информационного бизнеса.

Тема 2. Методическое обеспечение маркетинговых исследований рынка информационно-коммуникационных технологий.

Анализ рынка как этап маркетинговой стратегии, продвижения товаров и услуг, конкурентной борьбы. Рынки ИКТ. Эволюция рынка ИТ. Методы анализа рынков. Методика поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ. Основные источники информации о рынке ИКТ.

Тема 3. Методы анализа рынка информационно-коммуникационных технологий.

Методы анализа рынка ИТ. Основные тенденции развития рынка ИТ. Прогноз перспективных для России ИТ-технологий. Компании, производящие аналитические оценки ИКТ - рынков, их методики и основные материалы. Объем и динамика роста рынка

ИКТ, основные технологические и бизнес-факторы развития. Технологические, отраслевые, страноведческие аспекты анализа. Анализ поставщиков товаров и услуг.

Раздел 2. Рынок бизнес-приложений и услуг системной интеграции.

Тема 4. Мировой и российский рынок бизнес-приложений.

Рынок горизонтальных бизнес-приложений. Мировой и российский рынок бизнес-приложений. Мировой и российский рынок систем автоматизации производства.

Рынок горизонтальных бизнес-приложений: мировой и российский рынок системной интеграции бизнес- и ИТ- консалтинга. Рынок горизонтальных бизнес-приложений: ERP, CRM, SCM, BI, документооборот.

Тема 5. Мировой и российский рынок бизнес-приложений. Рынок горизонтальных бизнес-приложений.

Информационные системы торговых компаний, билинговые системы в деятельности операторов связи, банковские системы. Рынок систем автоматизации производства. Рынок системной интеграции, бизнес- и ИТ-консалтинга.

Тема 6. Рынок системной интеграции.

Анализ и структура рынка системной интеграции. Концепция маркетинга на рынке информационных технологий. Специфика маркетинга услуг системной интеграции. Аспекты развития услуг системной интеграции на основе облачных технологий. Особенности формирования потребительской ценности услуг системной интеграции

Раздел 3. Организация продаж на рынке информационно-коммуникационных технологий.

Тема 7. Особенности организации коммерческой деятельности на рынке ИКТ.

Организационные основы процесса продаж в области ИТ-бизнеса. Экономические и нормативно-правовые основы организации процесса продаж в области ИТ-бизнеса. Государственное регулирование рынка информационных продуктов и услуг. Доминирующие тенденции в процессе регулирования информационной сфере. Рынок труда в отрасли ИТ в России и ведущих государствах (США, Индия, Китай, ЕС).

Тема 8. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж на рынке ИКТ.

Стратегия компании, ее маркетинга и продаж. Методология и особенности продажи решений и сервисов. Методы и системы продвижения товаров на рынке ИКТ. Инструменты и методы управления продажами в ИТ-компаниях.

Тема 9. Построение партнерской маркетинговой сети и продаже решений.

Построение партнерской маркетинговой сети и продаже решений. Построение отделов маркетинга и продаж и методики эффективных продаж. Групповые презентации коммерческих предложений.

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Раздел 1 Рынок информационно-коммуникационных технологий.

Тема 1. Основные понятия рынка информационно-коммуникационных технологий.

Форма занятия - устный опрос, дискуссия, тестирование

1. Понятие информационного продукта и услуг.
2. Материальный и нематериальный продукт информационного производства.
3. Классификация информационных продуктов и услуг.
4. Инфраструктура информационного рынка.
5. Функции информационного бизнеса.

Тема 2. Методическое обеспечение маркетинговых исследований рынка информационно-коммуникационных технологий.

Форма занятия - устный опрос, дискуссия, тестирование

1. Анализ рынка как этап маркетинговой стратегии, продвижения товаров и услуг, конкурентной борьбы.
2. Рынки ИКТ.
3. Эволюция рынка ИТ.
4. Методы анализа рынков.
5. Методика поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ.
6. Основные источники информации о рынке ИКТ.

Тема 3. Методы анализа рынка информационно-коммуникационных технологий.

Форма занятия - устный опрос, дискуссия, тестирование

1. Методы анализа рынка ИТ.
2. Основные тенденции развития рынка ИТ.
3. Прогноз перспективных для России ИТ-технологий.
4. Компании, производящие аналитические оценки ИКТ-рынков, их методики и основные материалы.

5. Объем и динамика роста рынка ИКТ, основные технологические и бизнес-факторы развития.
6. Технологические, отраслевые, страноведческие аспекты анализа.
7. Анализ поставщиков товаров и услуг.

Раздел 2. Рынок бизнес-приложений и услуг системной интеграции.

Тема 4. Мировой и российский рынок бизнес-приложений.

Форма занятия - устный опрос, дискуссия, тестирование

1. Рынок горизонтальных бизнес-приложений.
2. Мировой и российский рынок бизнес-приложений.
3. Мировой и российский рынок систем автоматизации производства.
4. Рынок горизонтальных бизнес-приложений: мировой и российский рынок системной интеграции бизнес- и ИТ-консалтинга.
5. Рынок горизонтальных бизнес-приложений: ERP, CRM, SCM, BI, документооборот. **Тема 5.**

Мировой и российский рынок бизнес-приложений. Рынок горизонтальных бизнес-приложений.

Форма занятия - устный опрос, дискуссия, тестирование

1. Информационные системы торговых компаний, билинговые системы в деятельности операторов связи, банковские системы.
2. Рынок систем автоматизации производства.
3. Рынок системной интеграции, бизнес- и ИТ-консалтинга.

Тема 6. Рынок системной интеграции.

Форма занятия - устный опрос, дискуссия, тестирование

1. Анализ и структура рынка системной интеграции.
2. Концепция маркетинга на рынке информационных технологий.
3. Специфика маркетинга услуг системной интеграции.
4. Аспекты развития услуг системной интеграции на основе облачных технологий.
5. Особенности формирования потребительской ценности услуг системной интеграции.

Раздел 3. Организация продаж на рынке информационно-коммуникационных технологий.

Тема 7. Особенности организации коммерческой деятельности на рынке ИКТ.

Форма занятия - устный опрос, дискуссия, тестирование

1. Организационные основы процесса продаж в области ИТ-бизнеса.
2. Экономические и нормативно-правовые основы организации процесса продаж в области ИТ-бизнеса.
3. Государственное регулирование рынка информационных продуктов и услуг.
4. Доминирующие тенденции в процессе регулирования информационной сфере.
5. Рынок труда в отрасли ИТ в России и ведущих государствах (США, Индия, Китай, ЕС).

Тема 8. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж на рынке ИКТ.

Форма занятия - устный опрос, дискуссия, тестирование

1. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж.
2. Методология и особенности продажи решений и сервисов.

3. Методы и системы продвижения товаров на рынке ИКТ.
4. Инструменты и методы управления продажами в ИТ-компаниях.

Тема 9. Построение партнерской маркетинговой сети и продаже решений.

Форма занятия - устный опрос, дискуссия, тестирование

1. Построение партнерской маркетинговой сети и продаже решений.
2. Построение отделов маркетинга и продаж и методики эффективных продаж.
3. Групповые презентации коммерческих предложений.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости проводится в форме рейтинг-контроля три раза в семестр.

Типовые задания для проведения текущего контроля приведены ниже.

Задания к рейтинг-контролю № 1

Вопросы для обсуждения:

1. Тенденции развития ИКТ: для индустрии информационных технологий, для коммуникационных технологий, для индустрии средств массовой информации и развлечений, для индустрии бытовой техники
2. Информационный рынок и инфраструктура информационного рынка
3. Сектор деловой информации: Биржевая и финансовая, экономическая и статистическая, коммерческая информация - (структура, требования к информации, потребители и производители (основные поставщики информационных услуг - примеры))
4. Сектор информации для специалистов: Научно-технической информации - (структура, требования к информации, потребители и производители (основные поставщики информационных услуг - примеры))
5. Классификация компаний по их отношению к электронному рынку
6. Классификация покупателей на электронном рынке
7. Характеристика и структура сектора: Business-to-Business (примеры)
8. Характеристика и структура сектора: Business-to-Customer, Customer-to-Business (примеры)
9. Характеристика и структура сектора: Business-to-Government, Government-to-Business (примеры)
10. Характеристика и структура сектора: Customer-to-Customer (примеры)
11. Характеристика и структура сектора: Government-to-Customer, Customer-to-Government (примеры)
12. Характеристика и структура сектора: Government-to-Government (примеры)

1. Тестовые задания

1. Какой сегмент из нижеперечисленных не относится к отрасли информационных технологий, согласно Концепции развития рынка в РФ?

а) предоставление услуг, связанных с использованием информационных технологий; б) техническое обслуживание ИТ-оборудования;

в) производство и продажа ИТ-оборудования; г) разработка программного обеспечения.

2. На какие подотрасли классифицируется отрасль «информационнокоммуникационные технологии»?

а) информационные;

б) операционные;

в) технологические;

г) телекоммуникационные.

3. Что входит в состав телекоммуникационных услуг, как одна из важных отраслей ИКТ?

а) разработка ПО;

б) междугородная и международная связь;

в) ИТ-услуги;

г) мобильная связь.

4. Что входит в состав информационных технологий, как одна из важных отраслей ИКТ?

а) телематические услуги;

б) производство оборудования;

в) местная телефонная связь;

г) разработка ПО.

5. На какие факторы подразделяется «Производство оборудования», как подотрасль информационных технологий в структуре отрасли ИКТ?

а) консалтинг;

б) периферийные устройства;

в) прикладное ПО;

г) серверы.

б.

а) какие факторы подразделяется «Разработка ПО», как подотрасль информационных технологий в структуре отрасли ИКТ?

а) системы хранения;

б) прикладное ПО;

в) Middleware;

г) консалтинг.

7.

а) какие факторы подразделяется «ИТ-услуги», как подотрасль информационных технологий в структуре отрасли ИКТ?

а) поддержка и сопровождение;

б) разработка и интеграция;

в) комплектующие;

г) персональные компьютеры.

8. Кто является основным заказчиком услуг информационно-коммуникационных технологий в России?

а) компании с размером уставного капитала не более 500000 руб.;

б) государственные структуры;

в) крупные частные компании;

стабильных отраслей ИКТ в России?

- а) операционная;
- б) информационная;
- в) телекоммуникационная;
- г) технологическая.

10. Какие преимущества входят в основу информационно-коммуникационных технологий?

- а) улучшение качества предоставляемой информации с помощью внедрения инноваций;
- б) уменьшение финансовых и временных затрат на формирование и распределение информации;
- в) повышение эффективности хозяйственной деятельности благодаря своевременности

получения необходимой информации;

- г) общедоступность опубликованных в сети ресурсов.

11.

какой вид информационных технологий считается быстроразвивающимся?

- а) технологии беспроводной связи;
- б) медицинские информационные технологии;
- в) технологии программ «электронного правительства»;
- г) инновационные ресурсы.

12.

какие меры предпринимают страны, стремящиеся догнать лидеров в области ИКТ?

- а) стимулирование ускоренного внедрения ИКТ на валютные рынки и в банковскую сферу;
- б) формирование необходимой законодательной базы;
- в) стимулируют государственные и частные НИОКР в наиболее продвинутых и наименее

капиталоемких сегментах ИКТ;

- г) внедрение методических мер по стимулированию информационных ресурсов.

13. В чем заключается суть метода Делфи в исследовании рынка ИКТ?

а) подготовка и согласования представлений о проблеме или анализируемом объекте, изложенных в письменном виде;

б) генерация идей в непринужденной обстановке, получение решения как продукта коллективного творчества специалистов для последующего анализа его результатов;

- в) разработка модели и установления связи между событиями;

г) представляет собой ряд последовательно осуществляемых процедур, направленных на подготовку и обоснование прогноза.

14. В чем заключается суть метода «мозгового штурма» в исследовании рынка ИКТ?

а) генерация идей в непринужденной обстановке, получение решения как продукта коллективного творчества специалистов для последующего анализа его результатов;

б) представляет собой ряд последовательно осуществляемых процедур, направленных на подготовку и обоснование прогноза;

в) подготовка и согласования представлений о проблеме или анализируемом объекте, изложенных в письменном виде;

- г) разработка модели и установления связи между событиями.

Задания к рейтинг-контролю № 2

Дайте письменные ответы на вопросы:

1. Системы управления закупками (e-procurement): назначение; основные элементы; функции, осуществляемые в автоматизированном режиме; примеры систем.
2. Системы управления продажами: назначение, автоматизируемые бизнес-процессы, функциональные возможности, примеры систем.
3. Системы полного цикла сопровождения клиентов (CRM): назначение, функции, примеры систем.
4. Электронная торговая площадка: назначение, типовые структурные элементы и функции ТП; примеры систем.
5. Функциональные участники платежных систем.
6. Структура платежной системы.
7. Интернет-трейдинг: назначение, составляющие, примеры систем
8. Интернет-страхование: назначение, возможности, примеры систем Туристические услуги в Интернете: виды, туристические ресурсы, примеры систем
9. Образовательные услуги в Интернете: определение, свойства услуг, примеры систем

Тестовые задания

1. В чем заключается суть метода «сценариев» в исследовании рынка ИКТ?
 - а) подготовка и согласования представлений о проблеме или анализируемом объекте, изложенных в письменном виде;
 - б) генерация идей в непринужденной обстановке, получение решения как продукта коллективного творчества специалистов для последующего анализа его результатов;
 - в) представляет собой ряд последовательно осуществляемых процедур, направленных на подготовку и обоснование прогноза;
 - г) разработка модели и установления связи между событиями.
2. В чем заключается суть метода «сканирования среды» в исследовании рынка ИКТ?
 - а) представляет собой ряд последовательно осуществляемых процедур, направленных на подготовку и обоснование прогноза;
 - б) разработка модели и установления связи между событиями;
 - в) генерация идей в непринужденной обстановке, получение решения как продукта коллективного творчества специалистов для последующего анализа его результатов;
 - г) подготовка и согласования представлений о проблеме или анализируемом объекте, изложенных в письменном виде.
3. В чем заключается суть метода «технологических дорожных карт» в исследовании рынка ИКТ?
 - а) генерация идей в непринужденной обстановке, получение решения как продукта коллективного творчества специалистов для последующего анализа его результатов;
 - б) подготовка и согласования представлений о проблеме или анализируемом объекте, изложенных в письменном виде;
 - в) инструмент формирования стратегий развития, позволяет визуализировать возможные пути

на подготовку и обоснование прогноза.

4.

чем заключается суть метода «имитационного моделирования» в исследовании рынка ИКТ?

а) подготовка и согласования представлений о проблеме или анализируемом объекте, изложенных в письменном виде;

б) инструмент формирования стратегий развития, позволяет визуализировать возможные пути достижения цели и выделить из них оптимальный;

в) представляет собой ряд последовательно осуществляемых процедур, направленных на подготовку и обоснование прогноза;

г) прогнозирование совокупной стоимости ИТ-сервиса по обслуживанию инцидентов.

5.

чем заключается суть метода «многофакторного анализа» в исследовании рынка ИКТ?

а) подготовка и согласования представлений о проблеме или анализируемом объекте, изложенных в письменном виде;

б) оценка уровня риска и инвестиционного климата, каждый риск в отдельности характеризуется рядом факторов;

в) генерация идей в непринужденной обстановке, получение решения как продукта коллективного творчества специалистов для последующего анализа его результатов;

г) представляет собой ряд последовательно осуществляемых процедур, направленных на подготовку и обоснование прогноза.

6. Верно ли следующее утверждение, что: «Оказание любой информационной услуги связано с использованием определенного вида или всего комплекса информационных продуктов, т.е. информационные продукты играют роль инструментальных средств, поддерживающих информационное обслуживание»?

а) верно;

б) неверно.

7. Какие секторы не рассматриваются на рынке информационно-коммуникационных технологий?

а) рынок информационно-вычислительной и офисной техники;

б) рынок электронных сделок;

в) рынок технологических инноваций; г) рынок сетевых коммуникаций.

8. Что входит в состав рынка электронных сделок, являющийся важным сектором информационно-коммуникационных технологий?

а) производство товарно-материальной продукции;

б) консалтинг, системная интеграция;

в) электронные сетевые доски объявлений, электронная почта;

г) системы банковских и межбанковских операций, электронных торгов.

9. Что входит в состав рынка программного обеспечения, являющийся важным сектором информационно-коммуникационных технологий?

а) программная продукция;

б) консалтинг, системная интеграция;

в) системы банковских и межбанковских операций, электронных торгов;

г) электронные сетевые доски объявлений, электронная почта.

10. Что входит в состав рынка систем сетевых коммуникаций, являющийся важным сектором информационно-коммуникационных технологий?

а) консалтинг, системная интеграция;

- б) системы банковских и межбанковских операций, электронных торгов;
- в) производство товарно-материальной продукции;
- г) электронные сетевые доски объявлений, электронная почта, телеконференции.

11.

то входит в состав рынка информационных услуг, являющийся важным сектором информационно-коммуникационных технологий?

- а) производство товарно-материальной продукции;
- б) консалтинг, системная интеграция;
- в) системы банковских и межбанковских операций, электронных торгов;
- г) электронные сетевые доски объявлений, электронная почта.

12.

то входит в состав рынка информационно-вычислительной техники, являющийся важным сектором информационно-коммуникационных технологий?

- а) электронные сетевые доски объявлений, электронная почта; б) программная продукция;
- в) производство товарно-материальной продукции;
- г) системы банковских и межбанковских операций, электронных торгов.

13.

системным программам ИКТ-технологии для информационной среды системы образования относятся?

- а) табличные процессоры;
- б) операционный софт;
- в) редакторы текстовые и графические;
- г) системы управления базами данных (СУБД).

14.

прикладным программам ИКТ-технологии для информационной среды системы образования относятся?

- а) операционный софт;
- б) сервисный софт;
- в) служебный софт;
- г) редакторы текстовые и графические;
- д) системы управления базами данных (СУБД).

Задания к рейтинг-контролю № 3

Дайте письменные ответы на вопросы:

1. Способы создания и формы инфопродукта.
2. Способы ведения бизнеса по продаже инфопродукта (определение, особенности, примеры):
3. Создание своего продукта и его продажа. Выкуп лицензии инфопродукта с последующей продажей. Участие в партнерских программах.
4. Классификация российских интернет-магазинов.
5. Достоинства и недостатки различных систем и моделей ведения розничной электронной торговли.
6. Сертифицированные средства защиты ИСПДн (определение/назначение, функциональные возможности, примеры): Средства защиты информации от несанкционированного доступа. Межсетевые экраны. Средства доверенной загрузки. Защита от вторжений и антивирусы в ИСПДн.

для информационной среды системы образования?

- а) обеспечение, которое представляет собой инструментарий информационных технологий - работа с текстами, графикой, таблицами;
- б) обеспечивает коллективный доступ пользователей к информационным технологиям;
- в) обеспечивает взаимодействие всех программ ПЭВМ с оборудованием и пользователем ПК;
- г) обнаружение структурных сдвигов технических преобразований.

2. В чем заключается основная суть системных программ ИКТ-технологии для информационной среды системы образования?

- а) обеспечение, которое представляет собой инструментарий информационных технологий - работа с текстами, графикой, таблицами;
- б) обеспечивает взаимодействие всех программ ПЭВМ с оборудованием и пользователем ПК;
- в) обеспечивает отработку и закрепления различных умений в информационной сфере;
- г) обеспечивает формальную авторизацию внедрения нового проекта в систему образования.

3.

какие возможности осуществимы с использованием информационно-коммуникационных технологий?

- а) техническое обслуживание;
- б) оперативная организация консультационной помощи;
- в) моделирование научной и исследовательской деятельности;
- г) поддержание накопленной и систематизированной информации.

4.

какие существуют дидактические задачи, которые решаются с помощью ИКТ в системе образования?

- а) визуализация изучаемого процесса;
- б) совершенствование организации и повышение индивидуализации обучения;
- в) обеспечение гибкости обучения и повышение продуктивности самостоятельной подготовки студентов;
- г) обеспечение систематизации информационного поиска.

5. Установите соответствие между видами средств ИКТ и их методическое назначение по областям?

- 1. тренажеры;
- 2. справочные и информационно-поисковые;
- 3. демонстрационные;
- 4. имитационные;
- 5. лабораторные;
- 6. учебно-игровые;
- 7. расчетные;

А. позволяет изучать функциональные и структурные характеристики аспекта реальности;

Б. отработки различных умений, закрепления или повторения пройденного урока;

В. проводит эксперименты на действующем оборудовании;

Г. сообщают сведения по систематизации информации;

Д. визуализируют изучаемые явления, процессы, объекты с целью их изучения;

Е. создание учебной ситуации, в которой деятельность обучаемых реализована в игровой форме;

Ж. автоматизирует расчеты и разнообразные рутинные операции.

6. Верно ли следующее утверждение, что: «Благодаря информационно-коммуникационным технологиям, во многих сегментах мирового рынка труда отпадает необходимость в «привязке» сотрудников к конкретному рабочему месту»?

- а) верно;
- б) неверно.

7. Товаром на рынке информационных услуг являются:

- а) компьютеры;
- б) программные средства;
- в) информация;
- г) оргтехника.

8. Что не входит в состав электронного бизнеса?

- а) продажи;
- б) прокладка телекоммуникаций;
- в) финансовый анализ;
- г) платежи.

9. Информационные центры-генераторы выполняют функции:

- а) сбора информации;
- б) ведения баз данных;
- в) обслуживания потребителей.

10. Доля затрат западных компаний на информационные исследования:

- а) 0-5%;
- б) 5-10%;
- в) 10-15%;
- г) 15-20%.

11. Какие организации не входят в фирменную структуру информационного рынка?

- а) фирмы-создатели баз данных;
- б) фирмы-владельцы информационных систем;
- в) фирмы-владельцы средств коммуникации;
- г) банки.

12. Мировые информационные ресурсы делятся на следующие секторы:

- а) деловой, научно-технической и специальной; потребительской информации;
- б) биржевой, потребительской; научно-технической и специальной информации;
- в) деловой, статистической, финансовой; потребительской информации.

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины (Экзамен/зачет). Вопросы

к зачету с оценкой по дисциплине

1. Понятие информационного продукта и услуг.
2. Материальный и нематериальный продукт информационного производства.
3. Классификация информационных продуктов и услуг. Инфраструктура информационного рынка.

4. Функции информационного бизнеса.
5. Анализ рынка как этап маркетинговой стратегии, продвижения товаров и услуг, конкурентной борьбы.
6. Рынки ИКТ.
7. Эволюция рынка ИТ.
8. Методы анализа рынков.
9. Методика поиска, обработки и представления данных о рынке ИКТ.
10. Основные источники информации о рынке ИКТ.
11. Методы анализа рынка ИТ.
12. Компании, производящие аналитические оценки ИКТ-рынков, их методики и основные материалы.
13. Объем и динамика роста рынка ИКТ, основные технологические и бизнес- факторы развития.
14. Технологические, отраслевые, страноведческие аспекты анализа.
15. Анализ поставщиков товаров и услуг.
16. Мировой и российский рынок бизнес- приложений.
17. Мировой и российский рынок систем автоматизации производства.
18. Рынок горизонтальных бизнес-приложений: мировой и российский рынок системной интеграции бизнес- и ИТ- консалтинга.
19. Рынок горизонтальных бизнес-приложений: ERP, CRM, SCM, BI, документооборот.
20. Информационные системы торговых компаний, билинговые системы в деятельности операторов связи, банковские системы.
21. Рынок систем автоматизации производства.
22. Рынок системной интеграции, бизнес- и ИТ-консалтинга.
23. Анализ и структура рынка системной интеграции.
24. Концепция маркетинга на рынке информационных технологий.
25. Специфика маркетинга услуг системной интеграции.
26. Аспекты развития услуг системной интеграции на основе облачных технологий
27. Особенности формирования потребительской ценности услуг системной интеграции
28. Организационные основы процесса продаж в области ИТ-бизнеса.
29. Экономические и нормативно-правовые основы организации процесса продаж в области ИТ-бизнеса.
30. Государственное регулирование рынка информационных продуктов и услуг.
31. Доминирующие тенденции в процессе регулирования информационной сфере.
32. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж.
33. Методология и особенности продажи решений и сервисов.
34. Методы и системы продвижения товаров на рынке ИКТ.
35. Инструменты и методы управления продажами в ИТ-компаниях.
36. Построение партнерской маркетинговой сети и продаже решений.
37. Групповые презентации коммерческих предложений.
38. Построение отделов маркетинга и продаж и методики эффективных продаж.

5.3. Самостоятельная работа обучающегося.

Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на практические занятия; подготовка к практическим занятиям, выполнение индивидуального задания (реферат), подготовка презентации доклада.

Самостоятельная внеаудиторная работа по курсу включает изучение учебной и научной литературы, повторение лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, а также к текущему контролю и промежуточной аттестации. Практические занятия предусматривают совершенствование навыков работы с первоисточниками, изучения предметной специфики курса. Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены бакалаврами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы бакалавров над учебной программой курса осуществляется в ходе практических занятий методом устного опроса или ответов на вопросы тем. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме. Обучающийся должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в программе вопросам. Не проясненные (дискуссионные) в ходе самостоятельной работы вопросы следует выписать в конспект лекций и впоследствии прояснить их на практических занятиях.

Самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы студента выступают:

для овладения знаниями:

- чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста;
- конспектирование текста;
- выписки из текста;
- работа со словарями и справочниками;
- учебно-исследовательская работа;
- использование компьютерной техники и Интернета и др. при выполнении творческих домашних заданий.

для закрепления и систематизации знаний:

- работа с конспектом лекций (обработка текста);
- повторная работа над учебным материалом (электронного учебника, первоисточника, дополнительной литературы);
- составление плана и тезисов ответа на вопросы промежуточного контроля;
- аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др.);
- подготовка сообщений на практическом занятии и др. для формирования умений и навыков;
- подготовка сообщений по заданным темам;
- решение ситуационных (профессиональных) заданий;

Проработка вопросов, выносимых на самостоятельное изучение состоит в изучении, конспектировании и анализе литературных источников.

Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов тем дисциплины:

1. Необходимо прочитать литературные источники, проанализировать качество и полноту изложения материала по изучаемым вопросам в литературных источниках.

2. Рекомендуется письменно составить свои вопросы к тексту (не менее трех).
3. Рекомендуется дать собственные комментарии прочитанному материалу, аргументацию своей интерпретации.
4. Контроль выполнения внеаудиторной самостоятельной работы осуществляется на практических занятиях, индивидуальных и групповых консультациях, защите реферата, подготовке к зачету с оценкой.

Примерная тематика рефератов

1. Организационные основы процесса продаж в области ИТ-бизнеса.
2. Организация продаж в системах управления закупками (e-procurement)
3. Организация продаж в системах полного цикла сопровождения поставщиков (SCM).
4. Технология организации продаж в системах управления продажами (SFMS).
5. Организация продаж в системах полного цикла сопровождения клиентов (CRM).
6. Организация продаж на электронных торговых площадках.
7. Организация продаж на электронных рынках ИТ-услуг.
8. Методы и системы продвижения товаров на рынке ИКТ.
9. Инструменты и методы управления продажами в ИТ-компаниях.
10. Рынок ИТ-консалтинга.
11. Рынок ИТ-аутсорсинга.
12. Информационно-коммуникационные технологии торгово-закупочных площадок.
13. ИКТ как инструмент конкурентоспособности компаний и гос. органов.
14. Проблемы безопасности рынка ИКТ в России.
15. Формирование цен на рынке ИКТ.
16. Формирование и развитие потребности у клиентов в ИТ-отрасли.
17. Особенности активного привлечения клиентов в ИТ-отрасли.
18. Инструменты и методы управления отделом продаж в ИТ-компаниях.
19. Особенности динамики рынка и конкурентной борьбы в области ИКТ.
20. Экономические и нормативно-правовые основы организации процесса продаж в области ИТ-бизнеса.
21. Маркетинговые исследования рынка ИКТ.
22. Стратегия развития ИТ-компаний на рынке ИКТ.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронной библиотеке ВлГУ (дата обращения)
Основная литература*		
1 Коваленко В.В. Проектирование информационных систем: Учебное пособие / В.В. Коваленко. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2018	2018	http://znanium.com/catalog/product/980117 (дата обращения: 16.06.2021)
2. Организация розничной торговли в сети Интернет: Учебное пособие / Л.А. Брагин, Т.В. Панкина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2020	2020	http://znanium.com/catalog/product/1043397 (дата обращения: 16.06.2021)
3 Гагарина, Л. Г. Разработка и эксплуатация автоматизированных информационных систем : учебное пособие / Л. Г. Гагарина. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 384 с.	2021	https://znanium.com/catalog/product/1214882 (дата обращения: 16.06.2021)
Дополнительная литература		
1. Гвоздева В. А. Информатика, автоматизированные информационные технологии и системы: Учебник / В.А. Гвоздева. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М,	2017	http://zmmum.com/catalog.oho?bookinfo=492670 (дата обращения: 16.06.2021)
2. Елиферов В. Г. Бизнес- процессы: Регламентация и управление: Учебник / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. - М.: НИЦ ИНФРА-М,	2017	http://zmmum.com/catalog.oho?bookinfo=489829 (дата обращения: 16.06.2021)
3. Лукич, Р.М. Управление про- да- жами [Электронный ресурс] / Радми- ло М. Лукич. — М.: Альпина Паблшер,	2017	http://znanium.com/catalog.oho?bookinfo=521482 (дата обращения: 16.06.2021)

6.2. Периодические издания

1. <http://www.compress.ru> - Журнал «КомпьютерПресс».
2. <http://www.osp.ru/cw> - Журнал «ComputerWorld Россия».
3. <http://www.pcweek.ru> - Журнал «PC Week / RE (Компьютерная неделя)».
4. <http://www.infosoc.iis.ru> - Журнал «Информационное общество»

6.3. Интернет-ресурсы

1. <http://www.edu.ru> - Федеральный образовательный портал.
2. <http://www.nalog.ru/> - Министерство по налогам и сборам Российской Федерации.

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа,

групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы: аудитории, оснащенные мульти-медиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без специального оборудования.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: пакет MS-Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader; СПС «Консультант Плюс» (инсталированный ресурс ВлГУ).

Примечание:

Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей. В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 20_____ / 20_____ учебный года

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на 20 _____ / 20 _____ учебный года

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на 20 _____ / 20 _____ учебный года

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочую программу дисциплины *РЫНКИ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ*

образовательной программы направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль подготовки
«Информационные технологии в управлении предприятием»

Номер изменения	Внесены изменения в части/разделы рабочей программы	Исполнитель ФИО	Основание (номер и дата протокола заседания кафедры)
1			
2			

Заведующий кафедрой _____ / _____

Подпись

ФИС