

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Владимирский государственный университет
 имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
 (ВлГУ)



Проректор
 по образовательной деятельности
 А.А. Панфилов

«30» августа 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Рынки ИКТ и организация продаж
 (наименование дисциплины)

Направление подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика»

Профиль/программа подготовки Бизнес-информатика

Уровень высшего образования бакалавриат

Форма обучения очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
5	4/144	18	36		54	Экзамен (36)
Итого	4/144	18	36		54	Экзамен (36)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины (модуля) «Рынки ИКТ и организация продаж» являются:

- формирование представления студентов об особенностях взаимодействия субъектов рынка информационных продуктов и услуг;
- обобщение знаний об особенностях и текущем состоянии ИКТ-рынка, а также знаний, необходимых при анализе рынка информационных продуктов и услуг, организации продаж на рынке информационно-коммуникационных технологий;
- получение навыков применения современных инструментальных средств электронной коммерции.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Рынки ИКТ и организация продаж» относится к базовой части учебного плана подготовки по направлению 38.03.05 «Бизнес-информатика».

Дисциплина входит в блок Б1.Б.25 учебного плана подготовки бакалавриата направления «Бизнес-информатика».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются знания, приобретенные в результате освоения дисциплин: «Управление разработкой ИС», «Управление жизненным циклом ИС», «Микроэкономика», «Экономика фирмы», «Маркетинг». «Менеджмент» и др.

Освоение данной дисциплины необходимо для изучения следующих дисциплин: «Электронный бизнес», «Управление проектами», «Финансы», «Финансовый менеджмент», «Страхование и управление рисками», «Экономика региона», «Информационные системы управления производственной компанией» и др.

Знания, полученные в рамках изучения дисциплины, могут быть применены при прохождении практики, выполнении ВКР.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» направлен на формирование следующих профессиональных компетенций:

- умение консультировать заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонентов (ПК-22);
- умение консультировать заказчиков по рациональному выбору ИС и ИКТ управления бизнесом (ПК-23).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

- 1) Знать:
- специфику создания и развития электронных предприятий и их компонентов (ПК-22);
 - особенности и критерии выбора ИС и ИКТ управления бизнесом (ПК-23).
- 2) Уметь:
- обосновывать необходимость создания, развития и модернизации инфраструктуры электронного предприятия (ПК-22);
 - обосновывать выбор ИС и ИКТ управления бизнесом, исходя из критерия рациональности (ПК-23).
- 3) Владеть:
- навыками консультирования заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонентов (ПК-22);
 - навыками консультирования заказчиков по рациональному выбору ИС и ИКТ управления бизнесом (ПК-23).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах/ %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
				Лекции	Семинары	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС			КП / КР
1.	Рынок информационно-коммуникационных технологий	5	1-6	6		12			18		12/66,7	Рейтинг-контроль №1
2.	Рынок бизнес-приложений и услуг системной интеграции	5	7-12	6		12			18		12/66,7	Рейтинг-контроль №2
3.	Организация продаж на рынке информационно-коммуникационных технологий	5	13-18	6		12			18		12/66,7	Рейтинг-контроль №3
Всего				18	36				54		36/66,7	Экзамен (36)

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05 «Бизнес-информатика» компетентностный подход к изучению дисциплины «Рынки ИКТ и организация продаж» реализуется путём проведения лекционных и практических занятий с применением мультимедийных технологий.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- информационные технологии;
- разрешение проблем;
- дискуссия;
- проблемное обучение;
- индивидуальное обучение;
- работа в команде (малой группе);
- междисциплинарное обучение.

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

Текущий контроль знаний студентов производится в дискретные временные интервалы преподавателем, ведущим практические занятия по дисциплине, в следующих формах:

- тестирование;
- выполнение практических заданий;
- дискуссии;
- рейтинг-контроль.

Промежуточная аттестация знаний студентов производится по результатам работы в 5 семестре в форме экзамена, который включает в себя ответы на теоретические вопросы.

Фонды оценочных средств, включающие типовые задания и методы контроля, позволяющие оценить знания по данной дисциплине, включены в состав УМК дисциплины.

ЗАДАНИЯ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ

Рейтинг-контроль №1

Выполните тест

1. Какой сегмент из ниже перечисленных 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 «информационно-коммуникационные технологии»?

- а) информационные;
- б) операционные;
- в) технологические;
- г) телекоммуникационные.

3. Что входит в состав телекоммуникационных услуг, как одну 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 одну 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.

6. На какие факторы подразделяется «Разработка ПО», как подотрасль информационных технологий в структуре отрасли ИКТ?

- а) системы хранения;
- б) прикладное ПО;
- в) MiddleWare;
- г) консалтинг.

7. На 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;
- г) концерны.

9. Какая отрасль на сегодняшний день является одной из самых успешных и стабильных отраслей ИКТ в России?

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

10. Какие преимущества несут информационно-коммуникационные технологии?

- 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.

Письменно ответьте на вопросы

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).

Рейтинг-контроль №2

Выполните тест

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 достижения цели и выделить из них оптимальный;

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

4. В 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. В 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. Что 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. Что 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. К системным программам ИКТ-технологии для информационной среды системы образования относится?

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

14. К прикладным программам ИКТ-технологии для информационной среды системы образования относится?

- а) операционный софт;

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

Письменно ответьте 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.

Рейтинг-контроль №3

Выполните тест

1. В чем заключается основная суть прикладных программ ИКТ-технологии 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.

13. Что не относится к основным государственным информационным системам России?

- а) библиотечная сеть России;
- б) Государственная система статистики;
- в) Архивный фонд РФ;
- г) информационные ресурсы социальной сферы РФ.

14. Что такое СПС?

- а) программный комплекс, содержащий массив правовой информации и программные инструменты для работы с этим массивом;
- б) массив правовой информации;
- в) специализированная компьютерная поисковая система;
- г) программные инструменты для работы с массивом правовой информации.

Письменно ответьте 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.

Самостоятельная работа студентов

Самостоятельная работа студентов является неотъемлемой частью процесса подготовки бакалавра. Она направлена на усвоение системы научных и профессиональных знаний, формирования умений и навыков, приобретение опыта самостоятельной творческой деятельности. Самостоятельная работа помогает формировать культуру мышления студентов, расширять познавательную деятельность.

Виды самостоятельной работы по курсу:

- а) по целям: подготовка к лекционным и практическим занятиям, рейтингам, СРС.

б) по характеру работы: изучение литературы, выполнение заданий и тестов; подготовка доклада, презентаций.

Тематика самостоятельной работы (реферат)

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. Информационно-коммуникационные технологии систем вирусного маркетинга.
14. Информационно-коммуникационные технологии рынка туристических услуг.
15. Информационно-коммуникационные технологии интернет-страхования.
16. Роль ИКТ в повышении международной конкурентоспособности российских компаний.
17. ИКТ как инструмент конкурентоспособности компаний и государственных органов.
18. Проблемы безопасности рынка ИКТ в России.
19. Формирование цен на рынке ИКТ.
20. Формирование и развитие потребности у клиентов в ИТ-отрасли.
21. Особенности активного привлечения клиентов в ИТ-отрасли.
22. Инструменты и методы управления отделом продаж в ИТ-компании.
23. Особенности динамики рынка и конкурентной борьбы в области ИКТ.
24. Экономические и нормативно-правовые основы организации процесса продаж в области ИТ-бизнеса.
25. Маркетинговые исследования рынка ИКТ.
26. Стратегия развития ИТ-компаний на рынке ИКТ.

Вопросы к экзамену

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. Построение отделов маркетинга и продаж и методики эффективных продаж.
38. Групповые презентации коммерческих предложений.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература (имеется в наличии в библиотеке ВлГУ)

1. Проектирование информационных систем: Учебное пособие / Н.З. Емельянова, Т.Л. Партыка, И.И. Попов. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. ЭБС Знаниум. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=419815>

2. Коваленко В.В. Проектирование информационных систем: Учебное пособие / В.В. Коваленко. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. ЭБС Знаниум. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=473097>

3. Организация розничной торговли в сети Интернет: Учебное пособие / Л.А. Брагин, Т.В. Панкина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 120 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-8199-0566-1, 300 экз. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=421959>

б) дополнительная литература

1. Гвоздева В.А. Информатика, автоматизированные информационные технологии и системы: Учебник / В.А. Гвоздева. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 544 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0449-7. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=492670>

2. Елиферов В.Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление: Учебник / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 319 с.: 60x90 1/16. - (Учебники для

программы MBA). (переплет) ISBN 978-5-16-001825-6, 500 экз. Режим доступа:
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=489829>

3. Лукич, Р.М. Управление продажами [Электронный ресурс] / Радмило М. Лукич. — М.: Альпина Паблишер, 2013. — 212 с. - ISBN 978-5-9614-2243-6 – Режим доступа:
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=521482>

в) интернет-ресурсы

<http://www.edu.ru> – Федеральный образовательный портал

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. Лекционные занятия (214-6):

а. комплект электронных презентаций;

б. аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, ноутбук.

2. Практические занятия (213-6):

а. презентационная техника: проектор, экран, ноутбук;

б. аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, ноутбук.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.05 «Бизнес-информатика»

Рабочую программу составил  ст. преподаватель Виноградов Д.В.

Рецензент:

Начальник отдела информационных технологий ООО «Альянс»


Н.Б.Чесалкин

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры БИЭ

протокол № 1 от «30» 08. 2016 года.

Заведующий кафедрой  д.э.н., профессор Тесленко И.Б.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 38.03.05 «Бизнес-информатика»,

протокол № 1 от «30» 08. 2016 года.

Председатель комиссии  д.э.н., профессор Тесленко И.Б.

ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ

РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год.

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года.

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год.

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года.

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год.

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года.

Заведующий кафедрой _____