

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

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности

_____ А.А.Панфилов

« _____ » _____ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж

Направление подготовки - 38.03.05 «Бизнес – информатика»

Профиль/программа подготовки - «Информационно-аналитическое обеспечение предпринимательской деятельности»

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения - очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед, час.	Лекции, час.	Практич. за- нятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежу- точной аттестации (экз./зачет/зачет с оценкой)
5	4/144	18	36	-	63	Экзамен (27)
Итого	4/144	18	36	-	63	Экзамен (27)

Владимир 2019

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: сформировать системное представление о современных рынках ИКТ и организации продаж.

Задачи: изучение основных понятий, истории развития рынка информационно - коммуникационных технологий, тенденций мирового и российского рынка, а также структуры рынка и особенностей организации продаж.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж» относится к базовой части. Пререквизиты дисциплины: «Основы микро и макроэкономики», «Экономика организации», «Менеджмент», «Страхование и управление рисками»

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
ПК-12 - умение выполнять технико-экономическое обоснование проектов по совершенствованию и регламентацию бизнес процессов и ИТ инфраструктуры предприятия	частичный	Знать: основы технико-экономического обоснования проектов по совершенствованию и регламентации бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия). Уметь: определять цели и ставить задачи по совершенствованию и регламентации бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия для выполнения проектов. Владеть: навыками выполнения технико-экономического обоснования проектов по совершенствованию и регламентации бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия.
ПК-22 - умение консультировать заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонентов	частичный	Знать: специфику создания и развития электронных предприятий и их компонентов. Уметь: обосновывать необходимость создания, развития и модернизации инфраструктуры электронного предприятия. Владеть: навыками консультирования заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонентов.
ПК-23 - умение консультировать заказчиков по рациональному выбору ИС и ИКТ управления бизнесом.	частичный	Знать: особенности и критерии выбора ИС и ИКТ управления бизнесом. Уметь: обосновывать выбор ИС и ИКТ управления бизнесом, исходя из критерия рациональности. Владеть: навыками консультирования заказчиков по рациональному выбору ИС и ИКТ управления бизнесом

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем 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, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Раздел 1. Рынок информационно-коммуникационных технологий.	5	1-6	6	12		21	12/66,7	Рейтинг -контроль №1
2	Раздел 2. Рынок бизнес-приложений и услуг системной интеграции.	5	7-12	6	12		21	12/66,7	Рейтинг-контроль №2
3	Раздел 3. Организация продаж на рынке информационно-коммуникационных технологий.	5	13-18	6	12		21	12/66,7	Рейтинг-контроль №3
Всего за 5 семестр:				18	36		63	36 (66,7%)	Экзамен (27)
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине:				18	36		63	36 (66,7%)	Экзамен (27)

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.

Понятие материального и нематериального продукта информационного производства. Классификация информационных продуктов и услуг. Инфраструктура информационного рынка. Функции информационного бизнеса.

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

Рынки ИКТ (понятие, эволюция, инфраструктура, основные тенденции развития). Обеспечение маркетинговых исследований рынка ИКТ (поиск, обработка и представления данных о рынке ИКТ, основные источники информации о рынке ИКТ)

Тема 3. Методы анализа рынка информационно-коммуникационных технологий.

Методы анализа рынка ИТ (методики ведущих аналитических агентств, область применения отдельных методик, технологические, отраслевые, страноведческие аспекты анализа). Анализ рынка поставщиков товаров и услуг. Анализ рынка потребителей товаров и услуг.

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

Тема 4. Мировой и российский рынок бизнес-приложений.

Мировой и российский рынок бизнес-приложений и систем автоматизации производства. Мировой и российский рынок системной интеграции бизнес- и ИТ-консалтинга. Системы ERP, CRM, SCM, BI, документооборот

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

Информационные системы торговых компаний. Билингвовые системы в деятельности операторов связи. Банковские системы.

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.

Тема 8. Стратегия компании, ее маркетинга и продаж.

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.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Интерактивная лекция (темы № 1,5);
- Групповая дискуссия (темы № 7,8);
- Ролевые игры (темы №7,9)
- Тренинг (темы № 8);
- Анализ ситуаций (темы № 4,6);
- Применение имитационных моделей (темы № 3,4,7);
- Разбор конкретных ситуаций (темы № 2,3,).

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

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3). Типовые тестовые задания для проведения текущего контроля приведены ниже.

Рейтинг-контроль №1

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)

Тестовые задания

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 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 технологии, 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.

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 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.

Рейтинг-контроль №2

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 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).

Рейтинг-контроль №3

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.

Тестовые задания

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.

Самостоятельная работа студентов

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

Виды самостоятельной работы по курсу:

- а) по целям: подготовка к лекциям, к практическим занятиям, рейтингам.
- б) по характеру работы: изучение конспекта лекций, выполнение практических заданий и тестов, организация круглых столов, подготовка докладов, презентаций

Примерная тематика самостоятельной работы

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 гос. 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-компаниях.
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.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины (экзамен).

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.

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература			
1. Проектирование информационных систем: Учебное пособие / Н.З. Емельянова, Т.Л. Партька, И.И. Попов. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М,	2014		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		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		http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=421959
Дополнительная литература			
1. Гвоздева В. А. Информатика, автоматизированные информационные технологии и системы: Учебник / В.А. Гвоздева. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М,	2015		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		http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=489829
3. Лукич, Р.М. Управление продажами [Электронный ресурс] / Радмило М. Лукич. — М.: Альпина Паблишер,	2013		http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=521482

7.2. 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».

7.3. Интернет-ресурсы

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

8. 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.

Практические работы проводятся в аудиториях, оснащенных мульти-медиа оборудованием, компьютерных классах с доступом в интернет.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения:

- Операционная система семейства MicrosoftWindows.
- Пакет офисных программ MicrosoftOffice.
- Консультант+.

Рабочую программу составил _____ к.э.н., доцент Еронин В.А..

Рецензент:

Генеральный директор

ООО «Хрустальное небо» _____ Козырев В.Н.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры БИЭ

протокол № 1 от «06» августа 2019 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 «06» августа 2019 года.

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

ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

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 _____

